

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

Sonia Christina Dinkhuysen Oliveira

**O ESPAÇO ESTAÇÃO NAS REFUNCIONALIZAÇÕES LOCAIS  
DA ÁREA CENTRAL DA CIDADE DE CURITIBA**

Curitiba

2009

Sonia Christina Dinkhuysen Oliveira

**O ESPAÇO ESTAÇÃO NAS REFUNCIONALIZAÇÕES LOCAIS  
DA ÁREA CENTRAL DA CIDADE DE CURITIBA**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, área de concentração Desenvolvimento Regional e Urbano, do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, em cumprimento aos requisitos necessários à obtenção do grau acadêmico de Mestre em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Ewerton Vieira Machado

Curitiba

2009



Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária da  
Universidade Federal de Santa Catarina

048e Oliveira, Sonia Christina Dinkhuysen

O espaço estação nas refuncionalizações locais da área central da cidade de Curitiba [dissertação] / Sonia Christina Dinkhuysen Oliveira ; orientador, Ewerton Vieira Machado. - Florianópolis, SC, 2009.  
166 p.: il., tabs.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Geografia.

Inclui referências

1. Geografia. 2. Espaço estação. 3. Refuncionalização urbana. 4. Turismo - Curitiba (PR). I. Machado, Ewerton Vieira. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Geografia. III. Título.

Sonia Christina Dinkhuysen Oliveira

## O ESPAÇO ESTAÇÃO NAS REFUNCIONALIZAÇÕES LOCAIS DA ÁREA CENTRAL DA CIDADE DE CURITIBA

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Geografia” e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação, área de concentração Desenvolvimento Regional e Urbano, do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, em cumprimento aos requisitos necessários à obtenção do grau acadêmico de Mestre em Geografia.

Florianópolis, 13 de novembro de 2009.

---

Prof<sup>a</sup>. Magaly Mendonça, Dr<sup>a</sup>.  
Coordenadora do Curso

### **Banca Examinadora:**

---

Prof. Ewerton Vieira Machado, Dr.  
Orientador  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof<sup>a</sup>. Margareth de Castro Afeche Pimenta, Dra.  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. José Manoel Gonçalves Gândara, Dr. PhD  
Universidade Federal do Paraná

### **A minha Avó “Chiquinha”**

Por seus exemplos de sapiência, orientação, encorajamento e visão futura que me ensinaram a valorizar a honestidade e a perseverança, como caminhos de construção de qualquer experiência.

***In memoriam,***  
**(09/03/1909 - †20/01/1992)**

## AGRADECIMENTOS

Esta dissertação recebeu enriquecedoras contribuições de diversas pessoas. Mesmo tentando não omitir nenhuma, sei que será impossível lembrar e mencionar todos os colaboradores que durante esses últimos anos estiveram presentes e me apoiaram nessa etapa da minha vida. Foi uma tarefa árdua e não conseguiria chegar até aqui se não fossem vocês que considero “ícones” que em diversos momentos compartilharam reflexões, me alimentaram com informações, orientações e palavras de incentivo. Aproveito o momento para homenageá-los e expressar minha profunda gratidão aos vários amigos e lisonja em ter estabelecido laços de amizade com pessoas conhecidas que se tornaram parte do meu convívio. Estou especialmente grata a:

A DEUS pela iluminação e força recebida para que fosse possível esta realização tão almejada em minha vida.

AO PROF. DR. EWERTON VIEIRA MACHADO, meu Orientador, (GCN/UFSC), agradeço pela orientação desta dissertação, ensinamentos, sugestões e críticas cruciais que enriqueceram esta pesquisa, cujo rigor com a produção esteve sempre aliado ao conhecimento.

À PROF<sup>a</sup>. DR<sup>a</sup>. MARGARETH DE CASTRO AFECHÉ PIMENTA (GCN e ARQ/UFSC), agradeço pelas valiosas contribuições/orientações bibliográficas e pela oportunidade de ter sido sua aluna no Programa de Pós-Graduação em Urbanismo, História e Arquitetura da Cidade na UFSC.

AO PROF. Msc. IVO SOSTIZZO participante da banca prévia, pelas sugestões e importantes contribuições para a discussão teórica da minha dissertação.

AO PROF. DR. LUIZ FERNANDO SCHEIBE, PhD (GCN/UFSC), agradeço pelo ensino e palavras de força e incentivo durante as aulas da disciplina de Análise Ambiental e por lembrar e caracterizar o vínculo especial com o meu tio Jarbas Jackson Dinkhuysen.

Aos funcionários do Curso de Pós-Graduação em Geografia – Área de Concentração: Desenvolvimento Regional e Urbano, em especial a Sr<sup>a</sup>. MARLI TEREZINHA COSTA (Secretaria/CFH) e a Sr<sup>a</sup>. MARIA JULIA DA CUNHA LEHMKUHL (Biblioteca Central) pelo apoio incondicional sem a qual seria impossível a execução desta pesquisa, as quais me receberam de braços abertos durante minha estada na UFSC.

AOS COLEGAS MESTRANDOS E PROFESSORES DO PPG/CFH/UFSC pelo debate enriquecedor propiciado nas disciplinas do Programa.

À PROF<sup>a</sup>. DR<sup>a</sup>. CICILIAN LUIZA LÖWEN SAHR, PhD (UEPG/UFPR), cujas sugestões me permitiram a visualização de diversas questões importantes a serem abordadas, fundamentais para a elaboração desta dissertação.

AOS PROFESSORES DA ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES, da Universidade de São Paulo, desde os primeiros passos desta pesquisa no Programa de Pós-Graduação em Turismo: PROF. DR. MARIO JORGE PIRES, PROF<sup>a</sup>. DR<sup>a</sup>. OLGA TULIK e PROF<sup>a</sup>. DR<sup>a</sup>. MIRIAM REJOWSKI pelos conhecimentos transmitidos durante minha estada na USP.

A Universidade Federal do Paraná (UFPR), em especial ao Departamento de Turismo, com os quais tenho convivido, durante alguns anos, eu agradeço e divido com eles a responsabilidade pelo sucesso do reconhecimento desta pesquisa.

A LUIZ CARLOS ZEM, Secretário do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná (UFPR), agradeço ao amigo leal e constante pelas indicações e suportes necessários nas questões relacionadas à minha pesquisa.

A GUILHERME FRANCESCON CITTOLIN, Acadêmico do curso de Engenharia Industrial Elétrica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), agradeço pelas constantes orientações no idioma inglês.

A MARIA DO ROCIO MORAES DO ROSÁRIO, Supervisora de Informações do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) por facilitar o acesso aos mapas temáticos e disponibilizar dados detalhados que enriqueceram a pesquisa.

A LUIS ALCEU PAGANOTTO, analista do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) por me ter auxiliado com empenho no levantamento de dados e contribuído com informações valiosas a minha dissertação.

A BERNADETE JEDE, Coordenadora Executiva do Instituto Paranaense de Pesquisa e Desenvolvimento do Mercado Imobiliário e Condominial (INPESPAR) o reconhecimento inestimável pelo auxílio prestado durante o desenvolvimento desta dissertação.

Ao Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES), Setor de Documentação, agradeço pelos mapas, explicações, estudos e informações de grande valia sempre que lhes foram solicitados.

A todas as pessoas que me concederam entrevistas e depoimentos durante a pesquisa de campo, agradeço imensamente, pois dedicaram seu tempo para esta pesquisa se realizar.

AO Msc. Engº. Cartógrafo MARCIO AUGUSTO REOLON SCHMIDT, agradeço pela disponibilização e confecção de mapas referentes à área em estudo.

A ZELIA MARIA, pelas horas de dedicação, paciência, luta, perspicácia, humildade e respeito me permitiram a visualização e concretização de diversas questões importantes, bem como as correções e formatação desta pesquisa e claro, pelas suas balas e chocolates.

Um agradecimento especial para meus amigos de equipe da Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) ANDREOARA SCHMIDT, ELISA TRATZ, ELOISA BARRETO KLEIN, MAGNUN VOGES, MARCELO DANIELSKI, RODRIGO ROCHA MONTEIRO e CLOTILDE ZAI, meu par da Pós-Graduação da Universidade Federal do Paraná (UFPR) pela amizade, disponibilidade, troca de opiniões, incentivo e pelos belos e inesquecíveis dias de convivência.

A PROFª. Msc. MARGARETE ARAÚJO TELES (DETUR/UFPR) com quem sempre pude dialogar e trocar preciosas ideias me encorajando em todos os momentos, pela amizade, incentivo e contribuições valorosas que deu a esta dissertação.

AO PROF. DR. JOSÉ MANOEL GONÇALVES GÂNDARA, PhD (DETUR/UFPR), meu professor e coordenador de curso, agradeço a disponibilidade para me propor a visualização de caminhos claros e objetivos, sempre aberto a discussões e à busca de novos horizontes, bem como o acompanhamento da minha trajetória acadêmica e profissional, acreditando em minha capacidade profissional e acadêmica.

A MARIA DE FÁTIMA DE OLIVEIRA NEGRE, minha amiga, agradeço pela sua amizade, apoio, disponibilidade, minha admiração como pessoa e profissional.

A EDSON ZELINDRO JUNIOR, meu cunhado, agradeço pela amizade, conhecimentos técnicos, informações peculiares que direta e indiretamente prestou ajuda na elaboração desta pesquisa.

Aos meus irmãos BIANCA LUCIANE DINKHUYSEN OLIVEIRA, que sempre me incentivou e me deu forças para não desistir e MARCO JOSÉ DINKHUYSEN OLIVEIRA que me orientou e amparou em um dos momentos mais difíceis da minha vida profissional.

A LUANA VICTÓRIA BATISTELA DE MENDONÇA, minha neta, agradeço o carinho e a compreensão devido a minha total ausência e contato durante esses anos.

A FABIANE CHRISTINA BATISTELA DE MENDONÇA E ADRIANA CHRISTINA BATISTELA, minhas filhas, pelos muitos momentos que não passamos juntas, pela paciência, pelas coisas que deixamos de fazer, pela torcida, encorajamento e compreensão. Em especial as que me incentivaram a tentar sem medo de fracassar.

A JOSÉ BENEDITO OLIVEIRA e SONIA MARIA DINKHUYSEN OLIVEIRA, meus pais, que sempre me orientaram, incentivaram, me ensinaram a valorizar o conhecimento e a honestidade, auxiliando-me de maneira grandiosa em todos os passos da minha vida, pois sem eles nada disso teria acontecido.

A GILBERTO MANOEL ALVES, meu companheiro, pelo apoio que me proporcionou bases seguras para poder terminar esta pesquisa me auxiliando primordialmente com levantamento de dados locais, colaborando com discussões e busca de materiais, força e amizade em todos os momentos que se fizeram necessários.

Por fim, mas não menos importante agradeço a minha grande amiga e irmã, por escolha, CELSA FERREIRA JORGE por ter me ajudado a vencer os obstáculos, pela presença silenciosa e apoio constante me dedicando carinho e apoio com que me presenteou em diferentes momentos desta jornada.



## **UM DIA A GENTE APRENDE QUE...**

*São das coisas, que os sonhos são feitos.  
Que há mais dos seus pais em você do  
que você supunha;*

*Aprende que nunca se deve dizer a uma  
criança que sonhos são bobagens;  
poucas coisas são tão humilhantes... E  
seria uma tragédia se ela acreditasse  
nisso. (...)*

*Aprende que as circunstâncias e os  
ambientes têm influência sobre nós, mas  
nós somos responsáveis por nós  
mesmos.*

*Descobre que se leva muito tempo para  
se tornar a pessoa que se quer ser, e que  
o tempo é curto.*

*Aprende que não importa aonde já  
chegou, mas onde se está indo.*

*Aprende que ou você controla seus atos  
ou eles o controlarão, e que ser flexível  
não significa ser fraco ou não ter  
personalidade, pois não importa quão  
delicada e frágil seja uma situação,  
sempre existem dois lados.*

*Aprende que paciência requer muita  
prática.*

*Aprende que maturidade tem mais a ver  
com os tipos de experiência que se teve e  
o que você aprendeu com elas do que  
com quantos aniversários, você  
celebrou; (...)*

*Ao refletir sobre isto, aprendi que tenho  
muito a aprender, e que se alguém  
pensa saber tudo, é porque não  
aprendeu como convém saber!*

William Shakespeare

## RESUMO

Atualmente, existem entre o governo municipal, o empresariado do turismo e os principais agentes do comércio e serviços, estratégias conjuntas de promoção de Curitiba, que fazem parte do projeto da trajetória e gestão urbana implementadas na cidade, notadamente nos últimos 40 anos. Tais estratégias consolidaram o ambiente urbano-metropolitano e reforçaram a inserção regional na divisão internacional do trabalho a partir de elementos que vêm garantindo renovado padrão de atratividade a vários segmentos da capital paranaense. Entre as atividades renovadas, refuncionalizadas ou postas sob ambientes internacionalizados situa-se a dinamização do turismo. O **Espaço Estação**, no centro da metrópole, vem se apresentando como local turístico que gera empregos e, também, tem se tornado destino para grandes eventos, apresentando-se conjuntamente como sinônimo de “avanço” para o turismo nacional e internacional, uma vez que se constitui prioritariamente como uma das imagens ideológicas da cidade contemporânea, comprometida com aspectos culturais, com o centro de convenções, de características conceituais marcantes, especialmente relacionados à flexibilidade, à multifuncionalidade e articulação junto aos museus, teatros, cinemas, etc. A pesquisa tem como objetivo: analisar na organização socioespacial da área central da Cidade de Curitiba como vem se efetivando a dinâmica do **Espaço Estação** e, conseqüentemente, suas conexões com as refuncionalizações locais.

Palavras-chave: Espaço Estação, refuncionalização urbana, turismo, Curitiba/PR.

## ABSTRACT

Nowadays, there are, among the municipal government, the tourism business community and the commerce's and service's main agents, joint strategies for promoting Curitiba, that are part of the path and urban management project implemented in the city, notably on the last 40 years. These strategies have consolidated the urban-metropolitan ambient and reinforce the regional insertion on the international division of labor from elements that are ensuring a new attractiveness standart to several segments of Paraná's capital. Among the renewed, retrofitted or internationalized activities, there is the tourism dinamization. The **Espaço Estação**, at metropolis downtown, has been brought out as a touristic place that create jobs and also has becoming a destination of big events, bringing up together as synonym of progress for the national and international tourism, since it consists priority in one of the ideological images of the contemporary city, compromised with cultural aspects, with the convention center, that has outstanding conceptual characteristic, specially related to the flexibility, multifunctionality and museums, theatres and cinema joints. The research has as goal: analyze, at Curitiba's central area sociospatial organization, how have been effecting the **Espaço Estação** dynamic and, therefore, its connections with local refunctionalizations.

Keywords: Espaço Estação, urban refunctionalization, tourism, Curitiba/PR.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Localização do <i>Espaço Estação</i> dentro de um recorte da área central da cidade de Curitiba.....	17
Figura 2 –	Figura de localização do Espaço Estação e outros principais equipamentos urbanos.....	18
Figura 3 –	Localização de Curitiba no contexto nacional.....	55
Figura 4 –	Distribuição espacial das Administrações Regionais de Curitiba.....	56
Figura 5 –	Divisão Político Administrativa da Região Metropolitana de Curitiba – 2006.....	58
Figura 6 –	Apresentação da Região Metropolitana de Curitiba.....	62
Figura 7 –	Vista parcial do Portal do Passeio Público.....	64
Figura 8 –	Universidade Federal do Paraná.....	66
Figura 9 –	Símbolo paranista estilizado no calçamento da Rua XV de Novembro em Curitiba.....	68
Figura 10 –	Figura mostrando as avenidas projetadas pelo plano de urbanização de Curitiba – Plano Agache, de 1943.....	70
Figura 11 –	Reprodução histórica em papel pergaminho.....	71
Figura 12 –	Centros Funcionais setorizados do Plano Agache.....	73
Figura 13 –	Rua da Cidadania da Regional Matriz.....	80
Figura 14 –	Localização dos principais hotéis na área central de Curitiba.....	85
Figura 15 –	Vista panorâmica do antigo prédio do Moinho Rebouças, atual sede da Fundação Cultural de Curitiba.....	92
Figura 16 –	Vista lateral do Paço da Liberdade.....	97
Figura 17 –	Vista parcial frontal do Paço da Liberdade.....	95
Figura 18 –	Vista aérea da Praça Tiradentes.....	96
Figura 19 –	Vista parcial da Praça Tiradentes, com detalhe da calçada histórica.....	97
Figura 20 –	Vista parcial do Shopping Mueller.....	98

Figura 21 –	Vista parcial do Largo Baden Powell.....	100
Figura 22 –	Vista de escultura em homenagem a Robert Stephenson Smith Baden –Powell.....	101
Figura 23 –	Panorama frontal do Museu Ferroviário que abriga a antiga estação de trem de Curitiba.....	104
Figura 24 –	Vista panorâmica do <i>Espaço Estação</i> , parte moderna.....	105
Figura 25 –	Vista aérea do local onde funciona a Estação Ferroviária desativada na década de 1990.....	107
Figura 26 –	Vista parcial do chafariz de ferro importado da França.....	108
Figura 27 –	Vista da estátua O Semeador.....	109
Figura 28 –	Vista Panorâmica do <i>Shopping Estação Plaza Show</i> .....	110
Figura 29 –	Vista do ambiente interno evidenciando o antigo e o moderno com a nova cobertura de vidro.....	112
Figura 30 –	Aspecto interno do Shopping em frente ao Museu da Farmácia Augusto Stellfeld.....	120
Figura 31 –	Fachada da entrada principal do <i>Espaço Perfume</i> .....	120
Figura 32 –	Destaque de túnel para teste sensorial.....	121
Figura 33 –	Ambiente interno do Museu Ferroviário de Curitiba.....	124
Figura 34 –	Reprodução fotográfica da locomotiva ao lado de uma das portas de acesso ao museu ferroviário.....	125
Figura 35 –	Vista interna do local onde está a Estação Natureza.....	127
Figura 36 –	Fachada do Teatro de Bonecos Dr. Botica.....	129
Figura 37 –	Entrada principal do Teatro Regina Vogue.....	130
Figura 38 –	Hall do Teatro Regina Vogue.....	130
Figura 39 –	Panorâmica da fachada do Centro de Convenções Estação Embratel <i>Convention Center</i> , 2007.....	133
Tabela 1 –	Evolução de fluxos de turistas em Curitiba .....	87
Tabela 2 –	Avaliação de imóveis para venda na área central de Curitiba .....	134

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABPF	Associação Brasileira de Preservação Ferroviária
EECC –	Centro de Convenções denominado “Estação Embratel <i>Convention Center</i> ”
CIETEP –	Centro Integrado dos Empresários e Trabalhadores das Indústrias do Paraná
COHAB –	Companhia Municipal de Habitação
COMEC –	Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba
CCVB –	Curitiba <i>Convention Visitors Bureau</i>
CIC –	Cidade Industrial de Curitiba
DPHAN –	Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
EMBRATUR –	Instituto Brasileiro de Turismo
FECOMERCIO –	Federação do Comércio do Estado do Paraná
FCC –	Fundação Cultural de Curitiba
FGV –	Fundação Getúlio Vargas
FIFA –	Federação Internacional de Futebol
FIPE –	Fundação Instituto de Pesquisa Econômica
IAP -	Instituto Ambiental do Paraná
IBGE –	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICCA -	<i>International Congress &amp; Convention Association</i>
INPESPAR –	Instituto Paranaense de Pesquisa e Desenvolvimento do Mercado Imobiliário e Condominial
IPARDES –	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPHAN -	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPPUC –	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
OMT –	Organização Mundial do Turismo
ONGs –	Organizações Não Governamentais
PMC –	Prefeitura Municipal de Curitiba
PNUMA -	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
RFFSA -	Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima
RIT –	Rede Integrada de Transporte

RMC –	Região Metropolitana de Curitiba
SESC –	Serviço Social do Comércio
SESP PR –	Secretaria de Segurança Pública do Paraná
SPHAN -	Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
UFPR -	Universidade Federal do Paraná
UFSC -	Universidade Federal de Santa Catarina
UNESCO –	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência, a Cultura
URBS –	Urbanização de Curitiba S. A.
USP –	Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

<b>RESUMO.....</b>	<b>12</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>13</b>
<b>LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....</b>	<b>14</b>
<b>LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS.....</b>	<b>15</b>
<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>2 ESPAÇO GEOGRÁFICO &amp; TURISMO, SOB RELAÇÕES SOCIAIS DE REFUNCIONALIZAÇÕES LOCAIS.....</b>	<b>23</b>
2.1 ESPAÇO GEOGRÁFICO.....	23
2.1.1 Espaço e Paisagem.....	27
2.2 TURISMO & ESPAÇO.....	30
2.2.1 O local: da rugosidade às novas refuncionalizações.....	30
2.2.2 Atividade turística e produto turístico.....	35
2.2.3 Turismo e lazer.....	38
2.2.4 Centro de cultura, patrimônio e turismo urbano.....	422
2.3 CENTRO E CENTRALIDADE URBANA.....	46
2.3.1 A Cidade e a dimensão urbana.....	50
<b>3 TRANSFORMAÇÕES NA CIDADE DE CURITIBA, ASPECTOS DA ATUAÇÃO DE AGENTES PÚBLICOS E PRIVADOS.....</b>	<b>54</b>
3.1 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM METROPOLITANA.....	54
3.1.1 Caracterização da área de estudo .....	54
3.1.2 Contextualização Socioespacial: Início e processo .....	61
3.1.3 Planos urbanísticos de Curitiba e política habitacional.....	63
3.2 ASPECTOS EVOLUTIVOS DO PLANEJAMENTO URBANO.....	71
3.3 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM CURITIBANA.....	76
3.4 A ÁREA CENTRAL CURITIBANA: REFUNCIONALIZAÇÕES E REVITALIZAÇÕES PARA ATIVIDADES DE LAZER E TURISMO.....	83
<b>4 O ESPAÇO ESTAÇÃO: DINÂMICAS E REFUNCIONALIZAÇÕES.....</b>	<b>103</b>
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO ONDE O ESPAÇO ESTAÇÃO SE INSERE.....	103
4.1.1 Retrospectiva e transformações socioespaciais.....	105



4.2 LOJAS COMO MICRO TERRITÓRIOS E LOCAIS DE RELAÇÕES SOCIAIS.....	114
4.3 OUTROS LOCAIS QUE SE INTEGRAM AO ESPAÇO ESTAÇÃO NA DIMENSÃO SÓCIO-CULTURAL.....	115
4.3.1 Museu da Farmácia Augusto Stellfeld.....	116
4.3.2 Espaço do Perfume Arte e História.....	119
4.3.3 Museu Ferroviário.....	123
4.3.4 Estação Natureza.....	127
4.3.5 Teatro de Bonecos Dr. Botica e Teatro Regina Vogue.....	128
4.3.6 Estação Embratel <i>Convention Center</i> .....	132
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	137
REFERÊNCIAS.....	141

## 1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa é um estudo geográfico que discute sobre o **Espaço Estação** (Figuras 1 e 2) inserido na estruturação da área central da cidade de Curitiba. A ideia surgiu no processo de procura de reconhecimento das instâncias de produção, consumo de lazer e turismo, nessa área, bem como da análise de sua possível conexão com as refuncionalizações e/ou revitalizações locais.

Entende-se, neste estudo, o espaço como sociedade em movimento (SANTOS, 1988, p. 26), lembrando que

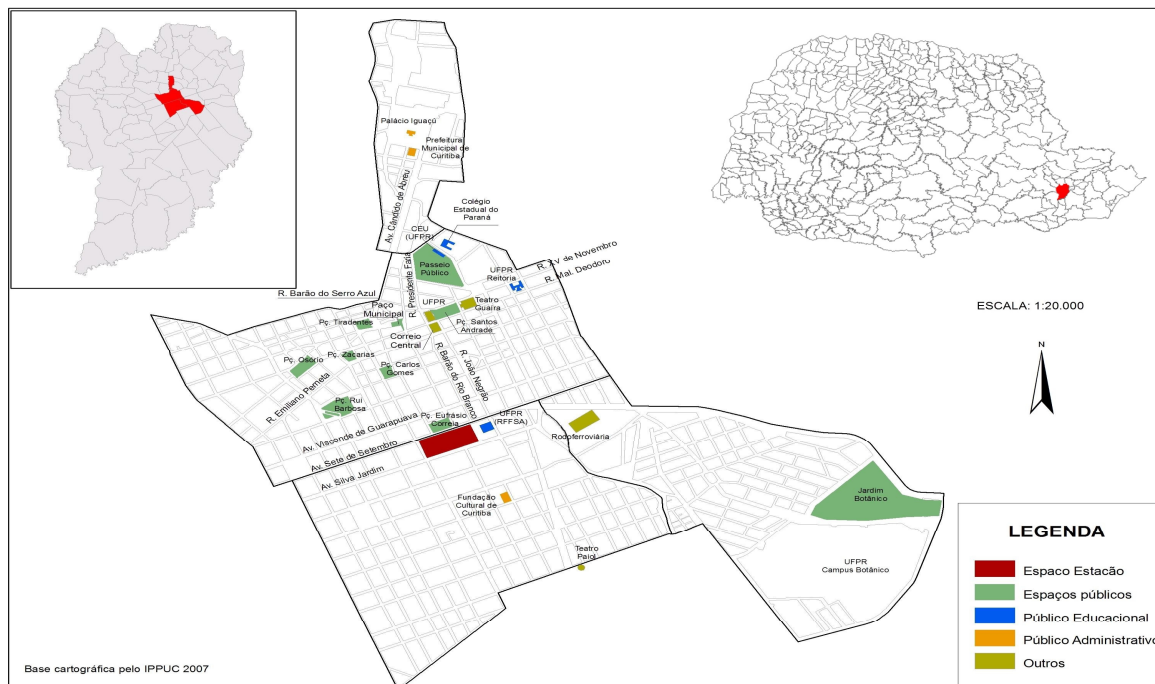
(...) a atualidade do espaço é formada de momentos que foram estando agora cristalizados como objetos geográficos atuais; essas formas-objetos, tempo passado, são igualmente tempo presente enquanto formas que abrigam uma essência, dado pelo fracionamento da sociedade total. Por isso, o momento passado está morto como ‘tempo’, não, porém, como ‘espaço’; o momento passado já não é, nem voltará a ser, mas sua objetivação não equivale totalmente ao passado, uma vez que está sempre aqui e participa da vida atual como forma indispensável à realização social (SANTOS, 1986, p. 10).

Assim, o **Espaço Estação** é considerado como dinamicamente inserido no processo atual das mudanças ocorridas na cidade de Curitiba, refletidas na refuncionalização<sup>1</sup> de seus prédios históricos e culturais, de suas ruas e praças e na qualidade dos serviços prestados aos turistas. Desse modo, sua inserção como unidade comercial/turística na capital paranaense vem compondo um conjunto turístico atrativo.

---

<sup>1</sup> Nesta pesquisa, adota-se o termo refuncionalização (Evaso, 1999) por entendê-lo como um processo presente nas interferências urbanas contemporâneas que recebem nomes como revitalização, renovação, restauração, requalificação, entre outros, que são utilizados como sinônimos. Não significa apenas melhorias e modernização nas “formas dos objetos”. Refuncionalizar é dar “novas funções” a partir de “antigas” formas e funções para as quais surgem objetos. É o reordenamento do “conteúdo atribuído aos objetos, às paisagens naturais e até mesmo às práticas culturais. É uma atribuição de valores atuais às formas herdadas do passado” (LUCHIARI, 2005, p. 97).

Nesse cenário, da mesma forma que cada lugar tem suas características, a cidade de Curitiba realiza, guarda e mostra especificidades e refuncionalizações próprias, e seu ambiente possibilita intercâmbios mundiais, nacionais, estaduais e locais.



**Figura 1 – Localização do *Espaço Estação* dentro de um recorte da área central da cidade de Curitiba**  
 Fonte: A partir de SCHMIDT, 2008, para esta dissertação.



A finalidade de pesquisar sobre a temática do **Espaço Estação** nas refuncionalizações locais da área central da cidade de Curitiba, tendo em vista o consumo turístico e o lazer, ora propostos, vem ao encontro da necessidade de analisar e discutir como vem se efetivando a sua inserção e dinâmica nesse contexto.

E embora tenham sido focados locais turísticos para serem referenciados como elementos privilegiados de análises de atividades turísticas e de lazer em Curitiba, outros locais, como praças, lojas, estações-tubo e as casas existentes nos arredores também tiveram importância pelo seu pertencimento à presença e memória de processos sócio-culturais-espaciais na área estudada.

A cidade que se quer investigar, portanto, é aquela da imagem forjada ideologicamente pela administração pública, que buscou/busca articular conceitos de identidade, urbanismo, ecologia, capital social, mas mantendo presente a memória do passado dos mais antigos (LE BOSSÉ, 2004) e de como construíam uma rede de relações que continua ativa nos vestígios do presente (NORA, 1993, p. 14).

Como aporte metodológico na realização dos levantamentos e discussões, optou-se pela pesquisa exploratória, que envolveu levantamento bibliográfico, documental e entrevistas não padronizadas (GIL, 2007, p. 43). Partiu-se para a busca de informações com relação ao desenvolvimento urbano e suas consequências na região central de Curitiba e às observações *in loco* sobre as transformações no entorno do **Espaço Estação** e da área central da cidade, notadamente no que diz respeito às mudanças de uso dos elementos transformados e/ou revitalizados.

Paralelamente, realizou-se uma reflexão teórica com aprofundamento bibliográfico em livros, documentos, teses, dissertações, revistas, artigos especializados e materiais informativos, bem como se tomou conhecimento de dados estatísticos mensurados e difundidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES), Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC) e outros. Sem dúvida, a pesquisa bibliográfica é o exame do “manancial das produções humanas, para levantamentos e análise do que já se produziu sobre determinado assunto” (RUIZ, 1992, p. 59).

A partir desses procedimentos, tornou-se possível reconhecer como vem se efetuando a inserção do **Espaço Estação** na área central da cidade de Curitiba e, conseqüentemente, como se estabelecem possíveis conexões de refuncionalizações locais, tendo em vista o consumo turístico.

Para atender às intenções da pesquisa e tendo em vista seu desenvolvimento, partiu-se dos seguintes objetivos:

Objetivo Geral:

Analisar, na organização socioespacial da área central da cidade de Curitiba, como vem se efetivando a inserção e dinâmica do **Espaço Estação** e, conseqüentemente, possíveis conexões com as refuncionalizações locais.

Objetivos Específicos:

- a) identificar e caracterizar o papel de agentes públicos e/ou privados nas transformações e modernização intraurbana de Curitiba;
- b) discutir aspectos da refuncionalização intraurbana através das atividades de lazer e de turismo na área central e a inserção do **Espaço Estação**;
- c) analisar a relação Área Central e **Espaço Estação**, sob o contexto de “negócios promocionais” da metrópole curitibana.

Entre os principais fatores que indicam como vêm se norteando as transformações da cidade de Curitiba e nela, a área central, focos de localização do objeto desta pesquisa, destacam-se as seguintes características:

- a) as atividades de lazer e turismo desencadeadas a partir da década de 1970;
- b) a relevância social, cultural e econômica, resultante daquelas atividades na região do bairro Rebouças e, conseqüentemente, na cidade de Curitiba;
- c) as refuncionalizações decorrentes do crescimento urbano, que vêm ocorrendo na área central, entre estas o papel do **Espaço Estação**, revelando seletividade com a criação de novas atividades, as quais procuram responder às novas necessidades criadas ou, como lembra Santos (1997, p. 32), a “adaptação de atividades já existentes”.

Prosseguindo com o eixo central desta pesquisa, partiu-se para o seguinte questionamento: **Como vem se efetivando a inserção e dinâmica do Espaço Estação e conseqüentemente, suas possíveis conexões com refuncionalizações locais, no que se refere à organização socioespacial da área central da cidade de Curitiba, tendo em vista o consumo turístico?** Mas é importante que outras sub-questões ajudem na constituição de respostas, ou seja, de como a cidade de Curitiba se apresenta com seus atrativos turísticos e de lazer.

Portanto, como o **Espaço Estação** também viabiliza as refuncionalizações locais? E, finalmente, de que forma o **Espaço Estação** apresenta seus bens culturais por meio dos museus, de arte, dos espaços natureza, perfume, dos teatros e dos eventos?

Com esses encaminhamentos acima, apresenta-se a seguir a estruturação desta pesquisa. No Capítulo 1, realiza-se uma revisão teórico-conceitual sobre o espaço geográfico e alguns aspectos a ele relacionados. A partir dos referenciais de diferentes autores, foca-se no como o espaço é composto pela divisão do trabalho social e pelos modos de produção social. As relações sociais, portanto, permeiam os diferentes aspectos relacionados ao turismo, ao local e às refuncionalizações correlacionadas.

No capítulo 2, procura-se realizar uma retrospectiva geral sobre Curitiba, com ênfase na construção de sua imagem, na tentativa de se compreender aspectos de transformações intraurbanas da cidade, a partir da contribuição de agentes públicos e privados. Enfoca-se, também, a construção da imagem metropolitana pelo Turismo como viés das Dimensões do lugar e/ou das suas relações regionais e suas conexões por diferentes escalas.

O capítulo 3 é, em si, aquele que apresenta o **Espaço Estação** e suas possíveis refuncionalizações, com influências nas atividades de lazer e turismo, evidenciando aspectos culturais *do shopping*<sup>2</sup>, as transformações na infraestrutura e como a ideologia da cidade “humana” faz um contraponto com a cidade “mercadoria”.

Como Considerações Finais, sintetiza-se algumas das discussões desencadeadas no decorrer da pesquisa, associados às possibilidades e perspectivas efetivadas, na trajetória da execução do trabalho.

Assim, destaca-se como o esforço acadêmico concentrado na realização desta dissertação resultou em uma melhor compreensão de como o espaço “não é somente um fator social, [...] mas [...] reflexo do modo de produção atual porque é também reflexo dos modos de produção do passado” (SANTOS, 1986, p. 145).

Nessa perspectiva, pretendeu-se oferecer contribuições acadêmicas, através da Geografia, mediante reflexões que levam a um questionamento crítico de ações como os projetos de refuncionalização que não consideram todos os atores envolvidos, principalmente os mais

---

<sup>2</sup> Segundo Pintaui (1992, p. 15), o *shopping center* é definido como “empreendimento imobiliário de iniciativa privada que reúne, em um ou mais edifícios contíguos, lojas alugadas para comércio varejista ou serviços”. As especificidades das lojas estão de acordo com as mercadorias comercializadas, bem como pela combinação entre os espaços de lazer e de venda.



pobres. E por assim se acreditar é que, a partir da contextualização do **Espaço Estação** nas refuncionalizações locais da área central da cidade de Curitiba possamos melhor discutir sobre novas formas de organização, levando-nos a compreensão das novas realidades e das suas contradições, além de analisar como esse espaço é constantemente produzido e reproduzido por meio de atividades como as turísticas, principalmente sob o turismo cultural.

Assim, é importante destacar que nesta pesquisa o turismo é analisado como uma opção para impulsionar o desenvolvimento local, mas esta não é a “única solução”, pois aspectos sociais precisam receber, nas devidas proporções, os tratamentos necessários dentro de uma perspectiva sustentável de modelo de desenvolvimento.

Com essa práxis a realidade estudada pode ser vista, percebida, compreendida e analisada pela sistematização aqui apresentada, com a qual a persistência das aprendizagens trouxe crescimento pessoal e profissional, com o qual também, modestamente, espera-se contribuir com diferentes possibilidades de sua socialização.

## **2 ESPAÇO GEOGRÁFICO & TURISMO, SOB RELAÇÕES SOCIAIS DE REFUNCIONALIZAÇÕES LOCAIS**

Para que se atenda à ideia norteadora desta pesquisa, que é a análise de como vem se efetivando a inserção e dinâmica do Espaço Estação e, conseqüentemente, suas possíveis conexões com refuncionalizações locais, no que se refere à organização socioespacial da área central da cidade de Curitiba, tendo em vista o consumo turístico, busca-se na literatura os fundamentos das reflexões conceituais.

Com base em Santos (1985, 1996, 1997, 2002) são analisados os modos de produção no âmbito do espaço capitalista da geografia, onde são produzidas as relações dialéticas entre os agentes diretos e indiretos do processo, são identificados os elementos do espaço, explicitados os significados de forma, função, tempo, lugar e paisagem. Tais argumentos dialogam com os de outros autores, ao tratarem o espaço como produto do processo histórico social e condição para o devir (SAQUET, 2005), produto político e ideológico (LEFEBVRE, 1976), acumulação dos tempos (SOUZA, 1983) e como expressão do movimento dialético de tempo e lugar (SILVA, 2001).

O lugar é onde as relações econômicas se objetivam (SAQUET, 2003), pois é a porção de espaço que tem sentido para a vida (CASTROGIOVANNI, 2003), portanto, envolve ética na construção do saber-fazer (MOESHC, 2000), uma vez que trabalhar o turismo é reforçar ou renovar imaginários (GASTAL, 2002) para responder a novas e velhas necessidades e dar lugar a uma nova geografia construída com velhos e novos objetos (CRUZ, 2000) nos centros urbanos onde são gerados os fluxos que sustentam as atividades comerciais (SPOSITO, 2005). A análise urbana, portanto, requer articulação dialética entre sociedade e espaço (CARLOS, 1994).

### **2.1 ESPAÇO GEOGRÁFICO**

O conceito de espaço geográfico é discutido por muitos autores, por ser categoria central da Geografia. A partir de uma perspectiva crítica de leitura de sua constituição, principalmente na de base marxista, é representado como “produto do processo histórico, social, e,

ao mesmo tempo, condição para o devir, tanto social como do próprio espaço geográfico” (SAQUET, 2005, p. 35).

É mister lembrar que, de acordo com Santos (1997), o espaço geográfico é a coexistência do passado com o presente ou é a existência de um passado que foi reconstituído no presente. É uma concepção de espaço como herança e como coexistência de tempos. Assim, um espaço possibilita a coabitação de diferentes tempos. E ele é composto, conforme Santos (1979), pela divisão do trabalho social e pelos modos de produção social.

Os modos de produção, categoria utilizada por Marx para periodizar a história da humanidade, constituem as leis do desenvolvimento da sociedade segundo as quais se entende que o espaço da geografia não surge do vazio, mas é “um espaço que, de acordo com a história que o homem produz, é também produzido” (SILVA, 2001, p. 17).

Além disso, os modos de produção social e das relações sociais têm linguagens específicas. De acordo com Santos (1997), são constituídas por formações espaciais. Os modos de produção são seletivos, em sua determinação geográfica, valorizando o que é próprio dos lugares, importância específica da formação socioespacial, que é a mediação entre Mundo e Lugar, Mundo e Território.

Dessa perspectiva, a história dos homens vincula-se à história das relações que se estabelecem socialmente e das relações de produção contraditórias, uma vez que são executadas pelo homem genérico, pelas sociedades de classes, que ao mesmo tempo em que se negam se confrontam, no intuito de superar suas contradições quando então novas contradições serão reproduzidas em sociedade.

Assim, o espaço capitalista da geografia é produzido pelas relações dialéticas entre os agentes diretos e indiretos do processo produtivo e da natureza. O homem enquanto essência humana está na natureza, mas na produção capitalista ele existe somente como mercadoria e força de trabalho.

As relações sociais, subordinadas ao modo de produção que sustenta a sociedade, produzem o espaço geográfico, sociedade com infraestrutura econômica que sustenta as superestruturas ideológicas, políticas, culturais, jurídicas, entre outras. E então, em cada momento ou lugar, uma ou mais dessas dimensões pode(m) ter maior influência sobre as demais na constituição espaço.

Lefebvre (1976, p. 31), por exemplo, enfatiza que o espaço geográfico se apresenta carregado de ideologias:

(...) o espaço não é um objeto científico afastado da ideologia e da política; sempre foi político e estratégico. Se o espaço tem uma aparência de neutralidade e indiferença em relação a seus conteúdos e, desse modo, parece ser ‘puramente’ formal, a pítome da abstração racional, é precisamente por ter sido usado, e por já ter sido o foco de processos passados cujos vestígios nem sempre são evidentes na paisagem. O espaço é político e ideológico. É um produto literalmente repleto de ideologias.

Santos (1985) identifica os elementos do espaço: os homens, as firmas, as instituições, o chamado meio ecológico e as infraestruturas. Os homens são elementos do espaço. A demanda de cada indivíduo como parte da sociedade total é respondida em parte pelas firmas, que produzem bens, serviços e ideias, em parte pelas instituições, que produzem normas, ordens e legitimações. O meio ecológico é o conjunto de complexos territoriais que organizam o trabalho humano físico. As infraestruturas constituem o trabalho humano materializado e geografizado na forma de casas, plantações e caminhos, entre outros.

Mas o espaço não se constituiria também em suporte material de práticas sociais que dividem o tempo? Sim, afirma Moesch (2000, p. 38),

(...) o espaço é expressão da sociedade: não é uma fotocópia, é a sociedade em si. As formas e os processos espaciais estão determinados pela dinâmica da estrutura social [...]. Os processos sociais conformam o espaço a atuar sobre o entorno construído, herdado de estruturas socioespaciais prévias.

Além de tempo, espaço é História, pois é uma acumulação de tempos expressa por meio da forma (SOUZA, 1983). A todo o momento criam-se novas formas ou novos objetos geográficos para solucionar novos problemas, mas as velhas formas também mudam de função, dando lugar a uma nova geografia, construída com velhos objetos.

A análise da organização socioespacial se torna, portanto, uma investigação a partir do **Espaço Estação**, mas este precisa ser compreendido de acordo com uma concepção de totalidade. “Ele é constituído de momentos, de totalidades mais abrangentes, que se

articula com a totalidade global, infinita (...), e expressam o movimento dialético de tempo e lugar” (SILVA, 2001, p. 20).

No seguimento desses autores, entende-se que cada um dos momentos que constituem a inserção e a dinâmica do **Espaço Estação**, na organização socioespacial da área central da cidade de Curitiba, guarda particularidades de acordo com os fatores tempo (histórico) e lugar e se faz ver na paisagem de forma diferenciada submetendo-se às determinações gerais e particulares da sociedade.

Por exemplo, a área central da cidade de Curitiba atual não é a mesma da década de 1970, nem o que constitui hoje o Museu Ferroviário é o mesmo da antiga estação de trem. Mas tais espaços, de ontem e de hoje, têm em comum a exploração econômica, um componente de terra, a base física, que tem um preço, um valor de troca. “Em todos eles as relações sociais de produção se caracterizam pela divisão social do trabalho (...). É preciso se considerar também os traços culturais da produção de cada lugar” (SILVA, 2001, p. 21).

No **Espaço Estação** ocorre algo do que Harvey (1999, p. 271) considera:

(...) o entrelaçamento de simulacros da vida diária [que] reúne no mesmo espaço e no mesmo tempo diferentes mundos (de mercadorias). Mas ele o faz de tal modo que oculta de maneira quase perfeita quaisquer vestígios de origem, de processos de trabalhos que os produziram ou das relações sociais implicadas em sua produção.

Considera-se também que os bens culturais se tornam mercadoria ocorrendo sua refuncionalização para, como lembra Luchiarini (2005, p. 96), servir à prática do consumo e “não mais às práticas culturais representativas do sentimento de pertencimento das culturas e populações locais”.

E se realiza também o que anuncia Santos (1985): que “a sociedade estabelece os valores de diferentes objetos geográficos, e os valores variam segundo a estrutura sócio-econômica específica dessa sociedade”.

Resta saber, então, quais são os significados de forma, função, estrutura e processo, para entender melhor o espaço geográfico como totalidade. Santos (1985, p. 50) explica que “forma é o aspecto visível de uma coisa”, mas não pode ser analisada sem sua função, estrutura e processo, pois tal análise seria falsa, uma vez que formas semelhantes

trazem em seu bojo situações passadas e presentes diversas. A forma só se torna importante se receber um valor social.

A função “é uma tarefa ou atividade esperada de uma forma, pessoa, instituição ou coisas”. E “estrutura implica a inter-relação de todas as partes de um todo; o modo de organização ou construção”. Já o processo é definido “como uma ação contínua desenvolvendo-se em direção a um resultado qualquer” (SANTOS, 1985, p. 50).

E o tempo (processo) constitui uma propriedade fundamental na relação entre forma, função e estrutura, pois indica o movimento do passado e do presente. Enquanto o tempo passa, a forma continua a existir. Diante da durabilidade das formas, “a construção da paisagem converte-se em um legado aos tempos futuros” (SANTOS, 1985, p. 54).

### **2.1.1 Espaço e Paisagem**

A paisagem é definida como “porção da configuração territorial que é possível abarcar com a visão”, ou como um “sistema material, diferentemente do espaço que é “sempre um presente, uma construção horizontal, uma situação única”, um sistema de valores que se transforma permanentemente para “atender à produção humana local” (SANTOS 2002, p. 103-104).

Quanto aos espaços construídos, são elementos da paisagem urbana, que tanto são produtos da história quanto a reproduzem. Segundo Carlos (1994), não ocorre sem disputas e conflitos, e, de acordo com Lefebvre (1991), constituem o movimento da vida e também a problemática urbana, originada do processo de industrialização, característica da sociedade moderna, embora a cidade exista antes da industrialização.

A compreensão da paisagem geográfica passou por duas fases: uma, da escola de geografia regionalista da França, no começo do século XX, quando ainda não se diferenciavam os limites da paisagem e da região administrativa. A outra, da metade do século XX, quando ocorreu intenso desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação, bem como da circulação de mercadorias e capitais. As paisagens perderam seus fundamentos locais e passaram a se expressar por redes de economia, que hoje se conhece como globalização.

Segundo Yázigí (2002), esses aspectos são importantes para o cidadão comum e tornam-se ainda mais importantes quando ele realiza o movimento turístico. A paisagem nem sempre é o fator principal de uma

viagem, pois famílias, amigos, negócios, estudos, eventos são geralmente prioridades. No entanto, existem outras motivações a ganharem importância, como: busca de aventuras, novos conhecimentos, fugas diversas e alívio do estresse, entre outros.

Assim, o turismo não se reduz à questão da paisagem, mas sem o

(...) órgão da visão o turista se acharia em condição extremamente limitada, com necessidade de complementar as informações e sensações do mundo externo por outros meios. (...). As paisagens, dos menores aos maiores ambientes, acham-se carregadas de informações – ainda que incompletas. Mas elas são o ponto de partida para outras averiguações que dependem apenas de quão arguto possa ser o observador (YAZIGI, 2002, p. 21).

E, no cotidiano, as paisagens retratam como os lugares se apresentam com sua influência e quais suas relações com o espaço, lembrando que paisagem e espaço não são sinônimos. O termo paisagem vem sendo utilizado em lugar de configuração territorial. Explica Santos (1997) que cada paisagem se caracteriza por uma dada distribuição de formas-objetos, já o espaço resulta da intrusão da sociedade nessas formas-objetos. A paisagem é um sistema material, o espaço é um sistema de valores.

Alves *et al.* (2004, p. 159) destacam que “a sociedade, no seu processo de re-produção espacial produz um determinado desenho, uma expressão paisagística que aglutina formas, objetos, ações e processos de tempos e territórios distintos e superpostos”. Sugere também que o conceito de paisagem apresenta dicotomias, como homem x natureza, objetividade x subjetividade, essência x aparência. Estas podem ser minimizadas pelo entendimento de paisagem como manifestação da relação dialética entre sujeito e objeto, o que significa dizer que a paisagem é o primeiro momento para se entender as contradições dos processos socioespaciais. Portanto, é necessário transcender as aparências e discutir as diversas determinações que dão significado à análise do espaço geográfico como produto da dinâmica social.

No aspecto do turismo, “a paisagem é um elemento fundamental” (PIRES, 2002, p. 162).

E Silva (2004, p. 31) considera que

(...) a percepção da paisagem é uma experiência subjetiva e resulta de uma interpretação particular do ambiente (...). O que para o turista é uma experiência essencialmente estética, para o nativo é uma avaliação do próprio modo de vida.

Segundo Rodrigues (1997, p. 72), a paisagem “é um notável recurso turístico, desvelando alguns objetos e camuflando outros, por meio da posição do observador, quando pretende encantar e seduzir”. É também a forma espacial que testemunha formas passadas, que persistem ou não.

Nessa perspectiva dinâmica, a paisagem agrária recebeu atenção especial dos historiadores focando-a como produto e vetor das formas que permitem a produção e a reprodução histórica. Mas também a paisagem urbana, conforme Meneses (2002) apresenta-se como campo propício para a análise. Um dos aspectos a serem considerados é que a cidade pós-industrial, diferentemente da cidade anterior, cuja característica era tomar um dos aspectos pelo todo, não pode ser compreendida por um só golpe do olhar, pois, em novo ângulo de observação, constitui-se também em novo padrão de leitura a ser realizado por um novo ator que, em vez do olhar naturalizado, desenvolve o olhar crítico.

O outro é o aspecto do olhar turístico, “que produz, reproduz e consome a paisagem” (MENESES, 2002, p. 47), olhar que tem duas modalidades: uma romântica, solitária, voltada à contemplação. Outra, do olhar coletivo, associado ao turismo em massa, que requer a presença de co-participantes. No aspecto do olhar solitário, o turismo explora as contradições e fragilidades de um prazer não reservado a todos. No aspecto do olhar coletivo, explora a pertinência do estarem juntos em um lugar. Entre outros olhares turísticos, está aquele ansioso pela novidade, que dificilmente consegue ser assimilado como mercadoria, o olhar típico, que facilita o consumo: roupa típica, comida típica, paisagem típica, e olhar construído por signos que orienta o turista a reconhecer em algum lugar o que ele já sabe de modo imanente. Assim, painéis de serviços turísticos indicam locais de melhor fotogenia.

Antes da década de 1960, a paisagem fez parte do patrimônio cultural e tornou-se monumento, como é o caso do Pão de Açúcar, no Rio de Janeiro. Ao se sobressair atrai todos os sentidos do universo do qual participa. Depois dos anos 60 a categoria de monumento foi substituída por bem cultural.



Como mercadoria, a paisagem é um dos motores do turismo, por ser ela mesma mercadoria. Desse modo, é vendável, mas “os efeitos culturais são negativos, pois redundam num esvaziamento da cultura, que abrange *todas* as dimensões da existência humana” (MENESES, 2002, p. 56).

Então, se a paisagem urbana não consegue escapar ao processo de mercantilização, uma vez que a cidade é o centro do consumo, é importante lembrar que “não há paisagem sem um observador”. Além de ser dinâmica, a paisagem mostra que tem história, que carrega marcas de feridas antigas, ou seja, participa de um processo cultural. E que a representação, como acontece com a pintura e a fotografia, refere-se à paisagem como fenômeno social (MENESES, 2002, p. 32 e 33).

Meneses (2002) lembra os critérios operativos para se analisar a paisagem cultural, definidos pela UNESCO: paisagens criadas pelo homem (dependem de um projeto); paisagens evoluídas organicamente (exemplo de sistemas agrícolas) e paisagens associáveis (vinculadas com os eventos).

A paisagem não é um espaço estático, pois é constantemente reconstruída pelas pessoas do local e pelos turistas, nos tempos passados, presentes e futuros. Torna-se necessário, portanto, que se passe do sentido de visualizar uma paisagem para entender os seus significados.

## 2.2 TURISMO & ESPAÇO

### 2.2.1 O local: da rugosidade às novas refuncionalizações

É no lugar que as relações econômicas se objetivam. Segundo Saquet (2003), é no lugar que o geral se concretiza, ou seja, o capital é territorializado, por incorporar sempre novas forças e valores mercantis no seu movimento de reprodução ampliada.

Castrogiovanni (2003, p. 46) define que o lugar “é a porção do espaço que tem sentido para a vida, que é vivido, reconhecido e constituído por identidade. Ele possui densidade técnica, comunicacional, informacional e normativa”.

Santos (2002, p. 248) comenta que “os lugares se especializam, em função de suas virtualidades naturais, de sua realidade técnica, de

suas vantagens de ordem social”. A produtividade espacial ou produtividade geográfica é aplicada a um lugar, em virtude de seu papel em um determinado conjunto de atividade.

Assim, o lugar turístico é onde estão as referenciais pessoais e os sistemas de valores que orientam as várias formas de perceber e constituir o espaço geográfico. É também a possibilidade de criar necessidades quanto ao envolvimento, ao consumo, ao prazer. É nos lugares que as trocas acontecem, mas elas só ocorrem se há diferenças. Desse modo, se o planejamento turístico do **Espaço Estação** foi planejado desde sua implantação, como divulga o discurso oficial (poder público, arquitetos e empresários), sem o esquecimento de futuras refuncionalizações, como vem ocorrendo na área central da cidade, este é um dos procedimentos que facilitam a manutenção da existência de lugares diferentes, apesar do mundo globalizado.

O lugar tem identidade ou tem diferenças próprias, que devem ser valorizadas pelo turismo, por serem únicas, e, por isso, aumentam a atratividade. Mas é importante analisar porque os pobres e marginalizados estão cada vez mais distantes dos locais turísticos. Esses aspectos constituem-se em elementos componentes do conceito de desenvolvimento sustentável, calcado no Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), que se preocupa com o bem-estar das populações. Assim, o turismo sustentável<sup>3</sup> “deve ser tratado na ótica da produção do espaço social” (CASTROGIOVANNI, 2003, p. 48).

E o bem-estar das populações não está relacionado somente à proteção do meio ambiente, mas também à viabilidade econômica a médio e longo prazo e à prática da justiça social, desviando-se, portanto, da leitura de sustentabilidade como somente mais uma forma alternativa do capitalismo na procura da busca de outras formas de lucro, em direção a uma nova ética. Esta envolve uma intervenção inovadora do fazer turístico mediante a desconstrução do saber-fazer (MOESCH, 2000).

Por meio da desconstrução, instrumento que auxilia no rompimento de modelos sedimentados, possibilita-se a criação de outras

---

<sup>3</sup> Turismo sustentável não é apenas a realização do contato com a natureza procurando preservá-la, como enunciam materiais informativos de empresas turísticas, mas, com base na Organização Mundial do Turismo (2003) *apud* Korossy (2008, p. 63), que define o turismo sustentável como “aquele que atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em que protege e amplia as oportunidades para o futuro”, é importante concebê-lo como estimulador da gestão de todos os recursos, econômicos, culturais, estéticos, biológicos, ecológicos e, sobretudo, humanos e sociais.

leituras e o levantamento de outros questionamentos sobre fazeres e informações, de modo a se tornarem caminhos diferenciados que possibilitem novas interpretações. Segundo Castrogiovanni (2003, p. 49), “a desconstrução deve ser entendida num processo de ir e vir, a partir das atribuições de significações do que deva representar a atividade turística. Para desconstruir-se se faz necessário estar constantemente construindo”, processo que requer do planejador a consciência moral, entendida como capacidade de liberar frente a diversas alternativas levando em consideração as motivações pessoais e as consequências para si e para os outros.

Frente ao **Espaço Estação**, isso envolve, entre outros aspectos, o consumo de imaginários, presentes nas artes, porque eles continuam a manifestar novas possibilidades em suas manifestações literárias, no cinema e na pintura. Nos tempos pós-modernos contemporâneos, os turistas compram não somente para atender às suas necessidades, mas também para atender aos desejos transformados em necessidades. “E os produtos não vendem apenas a si mesmos, mas precisam agregar imaginários, porque os novos clientes precisam dos dois: do produto e do imaginário” (GASTAL, 2003, p. 55).

Efetivamente, no **Espaço Estação** o turista encontra tanto o produto quanto o imaginário, mediante imagens que suscitam sentimentos, lembranças e experiências passadas e presentes. A propaganda vende ambos como um todo indissociável, unindo capital industrial e os meios de comunicação e a indústria cultural, união denominada por Jameson (1996) de capitalismo *high-tech* (sociedade eletrônica). Mas é preciso considerar que esta venda unida, que hoje tem sentido, precisa ser constantemente reinterpretada, pois, como lembra Gastal (2002, p. 57), trabalhar o turismo “significa alimentar, reforçar ou renovar imaginários, para além das propostas de *marketing*”. O *marketing* turístico vende a ideia de que no **Espaço Estação** e no centro da cidade o turista consegue a síntese de tudo o que procura numa viagem turística (comprar, participar de evento, conhecer museus, assistir teatro, entre outros), ou seja, a praticidade. Mas, talvez, o turista passe a buscar também ideias de sustentabilidade ambiental<sup>4</sup> e não se contente com o que lê nos materiais informativos, preferindo conhecer a prática, pois a deterioração do meio ambiente reverte o desenvolvimento econômico e turístico.

---

<sup>4</sup> Os turistas analisam como os poderes públicos se preocupam em preservar a natureza, uma emergência mundial, e como tratam as pessoas mais pobres nesses lugares (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 38)

A dinamicidade com que se processam as transformações na sociedade e nos espaços contemporâneos, a todo o momento, indica como são criadas “novas formas (objetos), a cada momento, para responder às necessidades novas e precisas ao mesmo tempo em que velhas formas mudam de função dando lugar a uma nova geografia construída com velhos (e novos) objetos” (CRUZ, 2000, p. 16), sempre relacionando o local e o global, conforme os conceitos de verticalidade<sup>5</sup> e horizontalidade<sup>6</sup>.

Santos (2001, p. 55) refere o primeiro como “Poder” pelas relações que se estabelecem do local com o global, que transcendem a esfera do lugar. O segundo explica o lugar a partir das relações socioeconômicas entre seus habitantes e desses com a natureza local, evidenciando a “Solidariedade e Interesse Comum”.

Articulando aos objetivos desta pesquisa verifica-se, como um

(...) *Shopping Center* contém todos os elementos para ser considerado como os conhecidos ‘locais padronizados’ no mundo – o não-lugar -... a exemplo de outros [ ] *shoppings centers*, aeroportos, autoestradas, que se caracterizam por não representar a cultura local (VIRILIO, 1993; CERTEAU; AUGÉ, 1993).

Os *Shoppings Centers* surgiram e se proliferaram como resposta às inovações resultantes da dinâmica capitalista presente no final do século XIX e começo do século XX, que estimulou o surgimento de um mercado mundial único, o qual se repercutiu na ampliação da indústria (ARRIGHI, 1996, p. 259).

O primeiro deles foi fundado nos Estados Unidos em 1921. A inspiração surgiu das galerias européias, a exemplo da *Galeria Imperial de Paris*. Em 1955 existiam apenas 100 *shoppings centers*, mas em 1965, somavam mais de 8400, grande parte deles nos Estados Unidos (BAUDHUIN citado por (GIL; GIL FILHO, 2007).

Nos Estados Unidos, as indústrias e as novas tecnologias provocaram aglomerações nas cidades, aumentando o consumo e suscitando novas modalidades de vendas. Os grandes empresários

---

<sup>5</sup> Verticalidade significa “pontos no espaço que, separados uns dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia” (Santos, 1997, p. 225).

<sup>6</sup> Horizontalidades “são extensões formadas de pontos que se agregam sem descontinuidade, como na definição tradicional de região” (*Id.*)

perceberam que era necessário destinar grandes áreas para a reunião de diversas lojas comerciais e para oferecer estacionamento seguro aos consumidores, o que contribuiu com o surgimento dos *Shoppings*. Nas áreas metropolitanas das cidades norte-americanas foram abertas possibilidades de vendas nesses locais incluindo também o crescimento da população que vivia nos subúrbios.

Segundo Harvey (1999) essas mudanças interromperam o compromisso fordista e estimularam o surgimento do que se constituiu mais tarde um regime de acumulação diverso do que se fundamentava no Estado intervencionista. Concretizou-se a passagem da produção em massa para a produção flexível, na qual o trabalho passou a ser parcial, temporário e subcontratado.

Pintaudi (1989, p. 80) destaca que os *Shoppings centers* surgiram num momento em que a economia brasileira se “desenvolve com a formação de monopólios e (...) representa esta tendência em atividades comerciais varejistas, que não possuíam nenhum poder de mercado, exceto as grandes lojas e os supermercados”.

No Brasil, os *Shoppings centers* surgiram a partir de grandes transformações ocorridas nas décadas de 1950 e 1960, especialmente na década de 1970 em que houve profunda reestruturação econômica, após a recessão de 1973, agravada com o choque do petróleo, que estimulou diversas mudanças.

O *Shopping Mueller* foi o primeiro de Curitiba, inaugurado em 1989. Localizado próximo ao centro da cidade, foi o primeiro grande centro de compras. Surgiram outros, recebendo o mesmo nome do bairro de localização, ou se multiplicaram em locais centrais (GIL; GIL FILHO, 2007), como é o caso do *Shopping Estação*, como se verá posteriormente.

### **2.2.2 Atividade turística e produto turístico**

As atividades de lazer e turismo assumem importância cada vez maior no cenário das relações de trabalho, como é a terceirização, a produção flexível, o teletrabalho, elementos que “modificam substancialmente os aspectos espaciais-temporais ligados à produção, circulação, distribuição e consumo de bens materiais e imateriais” (RODRIGUES, 2001, p. 87), fatores que se traduzem em urbanização crescente da população.

Nessa nova divisão social do trabalho, no âmbito da globalização da economia e pela mundialização da cultura, o Brasil destaca com grande potencial turístico, desde o começo dos anos 1990, década em que passaram a ser sistematizadas políticas públicas para que os recursos fossem transformados em atrativos, políticas estabelecidas por atores hegemônicos do capitalismo nacional e internacional.

Essas iniciativas rapidamente se repercutiram no território nacional, e novos espaços turísticos foram produzidos ou reorganizados, ao mesmo tempo em que a sociedade passou a se preocupar com a formação de profissionais em quadros superiores, para ensino e pesquisa. Turismo e lazer passam a ser focados de forma integrada.

O turismo, entre outras definições, constitui-se na “movimentação, de curto prazo, de pessoas para lugares algo distantes do local em que residem regularmente, com a finalidade de usufruir atividades prazerosas” (SWARBROOKE; HORNER, 2002, p. 24). Ele proporciona a incorporação do lazer, que é o tempo livre, para fazer o que se tem vontade de fazer, que abrange férias, cinema, teatro, visitas e atrações, entre diversos outros.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT) (1995), turista é a pessoa que se desloca para um lugar diferente de sua moradia, por um período inferior a 12 meses, cujo objetivo principal não é realizar atividade remunerada no local visitado. Turismo são as atividades realizadas pelas pessoas no decorrer de suas viagens e estadias em diferentes lugares de sua moradia habitual, por um período de tempo inferior a um ano, com finalidade de lazer, de negócios ou outros motivos, não associados a atividades remuneradas no local visitado.

A EMBRATUR admite que se trata de

(...) uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações compra e venda de

serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita (EMBRATUR, 1992).

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e de estudos realizados pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE). A capital paranaense não tem praias ou belezas naturais, mas é a 5.<sup>a</sup> cidade que mais atrai turistas de outras partes do país (CAVALCANTI; NEVES, 2000).

Para Boullón, a atividade turística é

(...) uma forma de consumir, um canal para o qual conflui uma demanda especial de muitos tipos de bens e serviços, elaborados por outros setores, para satisfazer as necessidades de viajantes e se levarmos em conta o consumidor, o produto turístico lhe permite passear, visitar os atrativos, fazer esportes e divertir-se (BOULLÓN, 2002, p. 45).

Portanto, são formas de deslocamentos articulados com permanentes tipos de negócios de consumos, predominantemente associados ao tempo livre dos cidadãos.

As conceituações de turismo estão em constante elaboração, tendo em vista “englobar toda a extensão do fenômeno que pretende abranger” (ANDRADE, 2000, p. 37). A conceituação próxima de um ideal seria assim definida:

Turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento (ANDRADE, 2000, p. 38).

Botelho (2006, p.1)<sup>7</sup> afirma que “o importante é compreender o turismo como uma atividade humana, não apenas econômica, e que ela

---

<sup>7</sup> A professora Cléria Botelho é doutora em História Social pela USP e ministrou palestra na Universidade de Brasília por ocasião do III Ciclo de Palestras Turismo em Movimento, em

se realiza em um contexto histórico cultural”. E sugere uma nova conceituação: “Turismo é um fenômeno interpretativo do mundo; sujeitos que pensam, gestam e executam o turismo”.

Barreto (1995) observa que viagem e turismo não se confundem. A viagem está contida no turismo, como parte dele. Além disso, o turismo envolve a preparação de uma equipe que planeja para receber o turista, que presta serviços no local, que proporciona vias de acesso, saneamento básico, alojamento, recreação e alimentação, entre outros. A indústria turística envolve, no local de origem do turista, agências, guias, *softwares* que anunciam ou preparam a viagem; as transportadoras que possibilitam que o turista se desloque, e o equipamento receptor do local de chegada (serviços, relações, entre outros).

Lage e Milone (2000) lembram os componentes básicos do turismo, o transporte, alojamento, entretenimento e a alimentação. A demanda ou procura turística manifesta-se pelo número de turistas que viaja para uma região, pelo número de bens e serviços que consomem, pelo número de estadias em hotéis, entre outros. Os fatores que influenciam na decisão de consumo por um serviço turístico são em geral: os preços dos produtos turísticos, os preços de outros produtos, a renda dos consumidores, os gostos das pessoas e a propaganda.

Gaelzer (1979) se refere ao turismo como um dos tipos de lazer, pois possibilita que algumas necessidades humanas sejam supridas, como a aventura e a descoberta. Para Araújo (2001, p. 18), o turismo é uma das dimensões do lazer. Ele “propicia o atendimento das necessidades humanas de aventura, de descoberta, de movimento, de apreciação da natureza e a satisfação das ambições” (ARAÚJO, 2001, p. 18).

O mercado do turismo tem diferentes segmentos, como os apontados por Andrade (2000):

- a) turismo de férias: tem raízes na Revolução Industrial, resume a necessidade de trabalho/repouso constituindo o ponto mais alto da lucratividade;
  - turismo balneário: vai ao encontro das necessidades das pessoas que gostam de fontes, rios, lagos e mares;



- turismo montanhês: as montanhas expressam uma espécie de belo, que desperta nas pessoas o sentimento ético de bem-querer e da busca da perfeição;
  - turismo de repouso: cada indivíduo descobre suas formas de repouso;
- b) turismo cultural: abrange atividades realizadas por meio do deslocamento para a satisfação dos objetivos de encontro com emoções artísticas, científicas de formação e informação:
- científico: interesse para com as fontes da ciência;
  - de congresso: participação em congressos e convenções;
- c) o turismo de negócios: atividades turísticas praticadas por quem viaja a negócios e que dizem respeito aos vários setores da atividade comercial ou industrial ou para conhecer os mercados;
- d) turismo esportivo: atividades referentes ao acompanhamento e desempenho das atividades esportivas.
- e) Existem também os tipos de turismo de saúde e o religioso e diversos outros que são constantemente criados.

### 2.2.3 Turismo e lazer

Swarbrooke e Horner (2002, p. 216) ressaltam que o turista de lazer é

tanto o cliente que toma a decisão quanto o consumidor que usa o serviço. Quase sempre escolhe a destinação. Realiza viagens relativamente pouco frequentes e (...) mais longas do que as do turista de negócios.

Além disso, seus planos de viagem se realizam em algumas semanas a um ano. É consciente dos custos, pois ele mesmo paga a conta. Como consumidor é menos experiente e menos exigente do que o turista de negócios.

Torna-se interessante, portanto, fazer algumas considerações sobre a natureza do lazer, que às vezes é confundido com tempo livre e ócio. Rodrigues (2001) observa que o vocábulo “lazer” tem o significado de atividades desenvolvidas no tempo livre. Os lazeres

diferem do turismo, já que sua prática não envolve deslocamentos além do período mínimo fixado em 24 horas, incluindo, portanto, um pernoite, conforme categoria estipulada pela Organização Mundial do Turismo (OMT).

Segundo Marcellino (1990), o lazer se constitui de atividades realizadas a favor da animação sociocultural ou como o preparo de profissionais que desenvolvem iniciativas de lazer. Aponta, no âmbito do lazer, duas linhas de estilo de vida: a que toma por base a variável atitude e considera o lazer como um estilo de vida, por isso não depende de um tempo determinado. A outra é a linha que considera que esse tempo deva existir, ou seja, é um tempo liberado, livre tanto do trabalho quanto de outras obrigações. Nesta pesquisa, consideram-se as duas possibilidades.

A constante busca pelo lazer, por aventuras ou o encontro com um meio ambiente distante das cidades, entre diversas outras causas, estimulam o surgimento de novos segmentos do turismo. Mas Morin (1995, p. 89) lembra que a “diversão” moderna “mantém o vazio que ela quer evitar”, se ela não oferece a interação entre as pessoas, pois se não há interação, o que as pessoas buscam? Já foi o tempo em que os deslocamentos turísticos eram motivados pela busca do *status*, a partir de uma elite, atualmente viajar ficou mais barato. O que há, então?

De acordo com Moesch (2000), “(...) há uma aura específica no ato de viajar, no estar junto, na sensibilidade coletiva partilhada nas localidades turísticas, originando uma forma estética que constitui uma nova ética”. Esta valoriza a dialética dos contrários, com a finalidade de preservar as diferenças e proteger as singularidades? Esta pergunta deve ser constante ao se analisar o turismo de um lugar, já que não é isolado.

Para Castrogiovanni (2003), a nova ética tem relação com as leituras contemporâneas de categorias como tempo, espaço, natureza, sujeito, tecnologia, comunicação, economia, trabalho e diversão, entre outras (CASTROGIOVANNI, 2003).

Além disso, como diz Nicolas (1996), não se deve considerar o turismo como atividade exógena do espaço e da sociedade, mas um fator que constitui as sociedades atuais. Desse modo, como refere Castrogiovanni (2003, p. 45), o turista “não pode ser visto com algo ilhado do contexto social globalizado e nem como um perverso, inserido no capitalismo destrutivo do equilíbrio natural”.

Desse ponto de vista, o equilíbrio natural não se refere somente às águas, árvores, aves, mas à inserção das diversas culturas, já que a cultura de um grupo social é uma das suas maiores riquezas, juntamente com a busca de respostas dadas às estimulações do meio. A cultura de

um grupo social faz a diferença ao criar e identificar um lugar (CASTROGIOVANNI, 2003)

Na concepção holística, segundo Moesch (2003), o produto turístico pode ser consubstanciado por quatro eixos, que sustentam a oferta turística. Primeiramente, o eixo que sustenta a segurança psicofísica do turista, como estradas seguras, sinalização de percursos, serviços de pronto-socorro, serviços de comunicação à distância e de atendimento das necessidades biológicas e de informações. O turista que participa de um evento em Curitiba recebe ao chegar todas as indicações necessárias para uma estadia dinâmica, principalmente a informação de que está em Curitiba, onde “o prazer e a diversão andam juntas”, os quais podem ser encontrados no Espaço Estação”.<sup>8</sup>

O segundo é o eixo que sustenta a funcionalidade do produto. São a oferta de serviços públicos como as redes hidráulicas e elétricas, a coleta de lixo, a preservação das praças, museus, oferta de equipamentos destinados às práticas da recreação e lazer comunitários. O *marketing* turístico informa ao visitante que o Espaço Estação “pensou em cada detalhe para o seu prazer. Tanto que você encontra funcionários muito bem treinados e inúmeros serviços para facilitar seu passeio”, enumerando-os.

O terceiro eixo sustenta a confortabilidade do produto, com meios de alimentação originais, criativos, na oferta de artesanato local, comércio atraentes funcionando até as 20 horas, principalmente aos sábados e domingos, facilidades em transportes internos, casas de câmbio, bancos, hospitais, entre outros. O Espaço Estação anuncia oferecer “maior e melhor praça de alimentação, com mais de 30 opções de lojas e 1.500 lugares”.

O quarto eixo é a base da agradabilidade e envolve a atitude coletiva favorável ao turismo pela postura comunitária que demonstra consciência dos seus benefícios. O Espaço Estação destaca que “são 170 lojas em um ambiente aconchegante e agradável, com jardins e fontes de água espalhadas pelos corredores”.

No entanto, é preciso que um novo eixo passe a vigorar com mais intensidade, principalmente em locais como é o **Espaço Estação**, o da

(...) musicalidade étnica, de raízes culturais fortemente alicerçadas nos grupos de canto e danças; das bandas e dos corais interioranos, nos hábitos, usos e costumes (...), no diferencial que

---

<sup>8</sup> Folder informativo promovido pelo *Shopping Estação*.

faz de cada núcleo e cada povo visitado uma emoção diferentemente, de acordo com a conhecida expressão: ... *O mundo canta com o poeta que sabe cantar a sua aldeia* (MOESCH, 2003, p. 40, grifo do autor).

Significa dizer que não são as leis e os decretos governamentais que criam ou constroem o produto turístico, mas a vontade coletiva e a soma dos interesses de todos os segmentos da sociedade.

Por que a necessidade de turismo e lazer? Segundo Rodrigues (2001), diversas são as teorias a tratar do tema. Algumas colocam o fenômeno da urbanização como causa, pois à medida que a população da área rural se concentrou nos espaços estreitos das cidades, desestruturaram-se as relações que caracterizavam a vida rural, que foi substituída por novas formas de divisão social do trabalho, elegeram-se novos valores, estilos de vida. Outras consideram que a concentração de grande parte da produção material nas megametrópoles, principalmente depois da Segunda Guerra Mundial, tornou a cidade causadora de estresse, portanto, criou-se a indústria do lazer e do turismo que consagrou a viagem como forma de libertar-se das neuroses urbanas, ideologia característica da década de 1960.

Com o tempo, passou-se a valorizar o lugar, a cultura local, e os antigos espaços, antes descuidados, passaram a ser reabilitados, como ocorreu com o **Espaço Estação**, que se tornou um centro a oferecer atividades de turismo e lazer. Mas é importante lembrar que uma cidade será boa para os turistas se for boa para os seus moradores. Então, é preciso ir além dos espaços de lazer urbano massificado dos *shoppings centers* e dos parques temáticos relacionados ao consumo e inventar outras formas que estimulem à socialização, por meio da valorização de atividades criativas que estimulem o lazer para além do consumo superficial.

McKean (1995, p. 133) discorre sobre outro enfoque do turismo, não o de ser uma busca pelo prazer banal ou escapismo, mas “um profundo, amplamente compartilhado desejo humano de conhecer 'outros' com a possibilidade recíproca de nós podermos vir a conhecer a nós mesmos”.

## 2.2.4 Centro de cultura, patrimônio e turismo urbano

O conceito de cultura, que no senso comum se identifica com o domínio de conhecimentos, habilidades e informações, tem seu sentido ampliado antropologicamente na indicação de que todos os seres humanos são capazes de realizar atividades complexas, como a linguagem, e que os comportamentos humanos são aprendidos socialmente mediante vivências grupais. Em outras palavras, cultura constitui o conjunto de ações desenvolvidas pelos seres humanos, estando em iguais condições necessidades simbólicas e igualitárias.

Gallicchio (2001, p. 54) comenta que a cultura age como uma espécie de “espelho ou imagem pela qual é possível detectar o modo de organização política, econômica e social, assim como valorizar e inserir experiências humanas em um acervo cultural”.

Nessa perspectiva, cada cultura é única. E o consumo turístico absorve tanto o conhecimento sinônimo de erudição, utilizado para a distinção de classe de quem detém tal conhecimento, quanto à diversidade das culturas e suas singularidades, com apresentação de produtos e custos diversos.

Um centro de cultura, portanto, envolve pessoas dos mais diferentes grupos, com suas tradições culturais, experiências, memórias; que apresentam trabalhos, serviços, expressões, artes, músicas, estudos, em ambientes de diferentes tempos, edificações, paisagens, espaços e produções, entre muitos outros aspectos.

O centro de cultura em Curitiba não se restringe ao centro histórico onde foram concluídas diversas refuncionalizações (em praças, paço, ruas e calçamentos). Estende-se às centralidades, a exemplo do Espaço Estação, em suas diversas feições, evocando um patrimônio cultural comum expresso nas memórias reunidas no museu da antiga estação de trem e no seu entorno, cuja história por muito tempo se confundiu com a história do bairro Rebouças e da cidade.

E, para se entender o conceito de patrimônio cultural, lembra-se de sua relação com a propriedade de alguma coisa que permanece como herança. Neves (2003, p. 51) une as noções de cultura e patrimônio e define o patrimônio cultural como “um produto da cultura, que é herdado e transmitido de geração para geração, sendo indissociáveis as suas dimensões materiais e simbólicas, a exemplo das obras de artistas, arquitetos, criações anônimas e os valores que dão sentido à vida, características, aliás, ressaltadas pela UNESCO na declaração do México, em 1982.

Ao apresentar o patrimônio cultural uma dimensão material associada à dimensão simbólica, os bens patrimoniais são instrumentos essenciais de identificação dos grupos sociais e estes decidem o que é importante transmitir às futuras gerações, que tanto pode se referir a objetos (como os guardados em museus), a memórias, transmitidas oralmente como as lendas e os contos, ou mediante a criação de centros de memórias. O *marketing* turístico faz questão de apresentar o Espaço Estação como o local de preservação de objetos e memórias.

No Brasil, a primeira política de preservação cultural partiu de 1937, com o documento legal federal e o primeiro órgão federal de preservação, o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), em um contexto de ditadura do Estado Novo (1937-1945), preocupado com a pacificação das massas e revestido de caráter elitista com o privilégio dos bens materiais. Em 1956, passou a Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (DPHAN). Nos dias de hoje, a denominação é Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Neves (2003) observa que mediante o instrumento chamado tombamento o caráter de preservação priorizou edificações, especialmente do passado colonial, igrejas, sobrados, mas não agiu com a mesma deferência com edificações provenientes de pessoas socialmente marginalizadas, como as senzalas.

Recentemente, o conceito de patrimônio histórico deu lugar ao conceito de patrimônio cultural, conforme a Constituição Brasileira de 1988, artigo 216, seção II, que define:

Constitui patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I – Formas de expressão; II – os modos de criar, fazer e viver; III – As criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV – as obras, objetos de documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Essa definição é complementada pelo decreto presidencial n.<sup>o</sup> 3.5551, de 4 de agosto de 2000, como registro de patrimônio imaterial nos livros de aspectos como: saberes, celebrações e formas de expressão.

Não se pode deixar de citar também a ação dos poderes públicos tanto em criar quanto em manter as instituições de memória, a exemplo de museus e arquivos. Neves (2003) lembra que as motivações estavam mais relacionadas à memória dos grandes vultos e das elites. Com o passar do tempo, essas instituições foram se renovando no aspecto da agradabilidade e também na ampliação dos conceitos com a inclusão de elementos da cultura material de segmentos antes não considerados, embora ainda não seja uma característica evidente nos museus do Espaço Estação, mesmo do museu ferroviário onde existem peças (capacetes, instrumentos de trabalho) utilizadas pelos trabalhadores, mas eles não são citados, sendo a preferência pelos nomes de pessoas que se distinguiram socialmente.

Desse modo, a cultura e o patrimônio cultural constituem a base da cidadania. O patrimônio cultural é à base da revelação das identidades dos cidadãos e de sua continuidade para todos os indivíduos que, de sua parte, se comprometem no respeito para com a vida coletiva. Assim, estará praticando, como diz Neves (2003), a produção da cidadania cultural, sinônimo da produção da cultura e da possibilidade de usufruir os produtos culturais. Nesse aspecto, é necessária maior representatividade de produtos culturais no Espaço Estação.

O turismo urbano se movimenta na esfera da cultura e do patrimônio cultural quando “atua como ponto de conexão, percepção e decodificação de símbolos e significados culturais. A atividade turística promove a observação e a interação cultural” (GALLICCHIO, 2001, p. 60) ao propiciar a experiência com o diferente.

Segundo Gallicchio (2001), do ponto de vista antropológico, o turismo liga o local ao global e muda o que é específico em um componente de informação, comunicação e linguagem presentes nas trocas simbólicas. Por outro lado, o mundo globalizado se apropria da diversidade cultural mediante a divulgação como estratégia de expansão e controle de mercado.

O turismo urbano é apresentado por Vinuesa (2004) como meio de consumo de bens e serviços, dinamizador de diversos setores sociais, gerador de empregos e introdutor de novas modalidades de consumo. Sua prática exige investimentos e transformações urbanísticas, considerando-se que um fluxo excessivo de visitantes pode apresentar

efeitos negativos. É necessário que a cidade invista em estratégias qualitativas de multifuncionalidade.

Em outras palavras:

A inserção do turismo nas cidades e centros históricos, adequadamente colocados, oferece possibilidades novas para sua conservação e revitalização funcional. Não obstante, uma inadequada integração urbanística do fenômeno turístico com a realidade urbana pode convertê-lo em foco permanente de conflitos e em algo que pode destruir a própria essência das cidades históricas: ser espaços urbanos vivos e multifuncionais.

Em Curitiba, tendo em vista o turismo, o centro histórico foi refuncionalizado e seus patrimônios arquitetônicos e urbanísticos, com pouca infraestrutura, foram revalorizados, além de melhorar a paisagem urbana e gerar oportunidades de renovação dos equipamentos culturais. Mas ainda é necessário preparar melhor a cidade para os cidadãos, ou seja, valorizar mais a diversidade local, tanto no centro histórico quanto nas centralidades do Espaço Estação.

Gastal (2000) destaca que os processos culturais reúnem os campos de práticas e significados que estimulam um povo a fazer sentido para si mesmo e para suas vidas (tradições, a forma de resolver os problemas e de se expressar). A cultura como produto está nos objetos marcados pelos processos culturais (artesanato, gastronomia, etc.). O turismo se apropria de todos, desde a produção até o consumo.

O turismo urbano não deixa, portanto, de ser uma atividade cultural enquanto instrumento de promoção da economia, ao contribuir com a dinamização patrimonial, necessitando para isso existirem boas relações entre turismo e patrimônio. Para que isso ocorra, é indispensável pensar e planejar em longo prazo; atender às necessidades dos turistas sem esquecer as das populações locais, como justiça, contrariando a racionalidade econômica hegemônica, no âmbito de um projeto de turismo sustentável.

Nesses aspectos, centro de cultura, patrimônio cultural e turismo urbano se complementam e podem ser vistas no centro e nas centralidades de Curitiba suas dimensões culturais. No centro, por ser elemento significativo da estrutura urbana na procura de formas alternativas para tirar vantagens da infraestrutura existente e refuncionalizar os espaços deteriorados. Nas centralidades, mais



especificamente o Espaço Estação, por unir o educativo, informativo e formativo com características lúdicas, a partir das classes que detêm o poder e dominam o espaço urbano (LEFEBVRE, 1991). O consumo das edificações refuncionalizadas pelo olhar não é prerrogativa somente dos turistas, para quem são prioritariamente endereçadas as vantagens das refuncionalizações, mas também pelos cidadãos.

E, se o centro, que compõe a cidade, é um bem material que oferece a base concreta da vida urbana em suas ruas, feiras e eventos, e o urbano busca homogeneizar os mais diferentes comportamentos, a dimensão cultural perpassa cada uma dessas dimensões, pois de qualquer ângulo que o turista observe, seu olhar é atraído para os outros ângulos, principalmente na percepção de que o urbano ali existente é resultado de um processo de produção em momentos históricos diferentes, como um modo específico de consumir e de viver de pessoas que viveram e vivem ali.

É com base nas atividades de patrimônio cultural, lazer e turismo que grande parte das refuncionalizações é realizada no centro e nas centralidades urbanas, como se discorre a seguir.

## 2.3 CENTRO E CENTRALIDADE URBANA

Centro e centralidade urbana assumiram diferentes significados no passado. Na cidade arcaica, grega e romana a centralidade estava em um espaço vazio, como era a ágora, uma praça preparada para a reunião. Com a construção dos edifícios foi retirado o seu caráter de espaço aberto. A cidade medieval passou a integrar os mercadores e as mercadorias em seu centro, a praça do mercado recebeu de um lado a presença da igreja e por outro lado excluiu os errantes. A centralidade tornou-se ornamentada.

A cidade capitalista criou o centro de consumo. Conforme Lefebvre (1991, p. 131), nesses lugares privilegiados

(...) o consumidor também vem consumir o espaço, o aglomerado dos objetos nas lojas, vitrinas, mostras, torna-se razão e pretexto para a reunião das pessoas; elas vêem, olham, falam, falam-se. E é o lugar de encontro, a partir do aglomerado das coisas. Aquilo que se diz e se escreve é antes de tudo o mundo da mercadoria, a

linguagem das mercadorias, a glória e a extensão do valor de troca. Este tende a reabsorver o valor de uso na troca e no valor de troca. No entanto, o uso e o valor de uso resistem obstinadamente: irredutivelmente. Esta irredutibilidade do centro urbano desempenha um papel essencial na argumentação.

Lefebvre (1991) lembra que o neo-capitalismo sobrepõe o centro de decisão ao centro de consumo. Passa a reunir não mais as pessoas, mas as informações e os conhecimentos. Aquelas pessoas que constituem a centralidade visam o poder ou são instrumentos do poder. O domínio da técnica acrescenta o domínio dos senhores potenciais. A sociedade urbana quer mais do que as centralidades passadas. Apropriando-se delas, projeta outra coisa, a união de aspectos da “cultura”, do educativo, do formativo e do informativo, a partir do lúdico que existe em cada um desses aspectos. O espaço lúdico coexiste com espaços de trocas e de circulação, com espaços políticos e culturais.

De acordo com Panerai (2006), no final do século XIX e começo do século XX, não se considerando as grandes cidades, o centro se misturava com a área mais antiga, ampliada ou não, com alguns subúrbios a favorecer a funcionalidade, como as estações ferroviárias, ou o simbolismo, como as instituições públicas.

A partir da década de 1950, os mapas passaram a representar as ampliações existentes juntamente com os centros antigos. Não se procede mais à indicação do centro como um todo, mas assinalam-se somente serviços oferecidos em pontos de maior aglomeração, como oficinas e postos de serviço, não há mais um contorno definido. Os pormenores da cidade perderam importância diante da explosão das cidades, cujos guias adotaram mapas esquemáticos nos quais são indicados tanto dados geográficos, como florestas, montanhas e rios, estações rodoviárias e aeroportos, ou seja, se oferece ao turista uma orientação em escala territorial. Panerai (2006) explica que a relação do centro/periferia foi invertida, foi necessário que o novo de ontem se tornasse antigo, ou seja, ocorreram contradições: o centro se expande, mas diminui a proporção de sua área urbanizada.

Segundo Tourinho (2007), no caso de grandes cidades, o centro era um aglomerado que reunia o centro histórico, os bairros elegantes, setores que foram renovados, bairros novos que ocuparam espaços antigos. Caracterizava-se por um conjunto edificado no qual coexistia a antiguidade, a variedade, a diversidade, a concentração de equipamentos

públicos, grande atividade comercial, funções complexas, concentração dos meios de transporte, de teatros, museus, bares, restaurantes, clubes, e constituía o cenário em que se misturavam turismo e lazer. Nessa perspectiva, se o centro se referia àquela parte da cidade construída através do tempo, que se confundia com a própria cidade, a centralidade eram o complexo de qualidades conferidas a um lugar, as propriedades do centro historicamente construído.

A partir das décadas de 1960 e 1970 passaram a ser observadas novas áreas polarizadoras espacializadas fora dos centros tradicionais, e os centros tradicionais receberam conceitos de acordo com as novas funções, a exemplo de centro histórico.

Nas últimas décadas do século passado, as áreas centrais das cidades vêm se multiplicando, como resultado das reestruturações empreendidas pela dinâmica da urbanização brasileira. Em Curitiba não é diferente. O alargamento do centro com refuncionalização de locais específicos é característica das cidades atuais, como resultado dos novos movimentos do desenvolvimento capitalista que favoreceram a dispersão das atividades econômicas e de serviços e conformaram as novas centralidades.

O centro abrange, além das atividades comerciais, também o estudo das relações entre essa localização e os fluxos que ela gera e que a sustentam. E a centralidade é um espaço urbano que oferece condições para a concentração de diversos fluxos, ou seja, de riquezas, pessoas, bens, decisões, entre outros. Pode ser entendida em sua dupla expressão centralização-descentralização.

De acordo com Villaça (1998), centro é o elemento mais significativo da estrutura urbana. Centralidade resulta da dominação do espaço urbano a partir das classes que detêm o poder.

Segundo Sposito (2005), a concentração de atividades comerciais e de serviços possibilita a identificação do conceito de centro, não somente por essa localização, mas em suas relações com os fluxos que ela cria e a solidificam. Os fluxos permitem a compreensão da centralidade, que se revela exatamente pelos nódulos de circulação intraurbana. Mas não há centro sem que haja centralidade.

Se o centro se revela pelo que se localiza no território, a centralidade é desvelada pelo que se movimenta no território, relacionado à compreensão da centralidade, no plano conceitual, prevalentemente à dimensão temporal da realidade. O que é central é redefinido em escalas

temporais de médio e longo prazo pela mudança na localização territorial de atividades. A centralidade é redefinida continuamente, inclusive, em escalas temporais de curto prazo, pelos fluxos que se desenham através da circulação das pessoas, das mercadorias, das informações, das ideias e dos valores (SPOSITO, 2005, p. 97-98).

Ao mesmo tempo em que o centro se expande e se revitaliza, pode ocorrer a redução de sua área urbanizada. E aquele centro único, agrupador da autoridade política, dos locais de comércio e dos símbolos da religião, destinada à reunião dos habitantes, é parte do passado (PANERAI, 2006).

Segundo Sposito (2005), podem-se destacar quatro aspectos no que diz respeito a centro e centralidade. Em primeiro lugar, que as cidades brasileiras vêm sofrendo acentuada descentralização de suas atividades comerciais e de serviços a partir de uma recentralização. Curitiba é o exemplo de como isso ocorre pelo aumento e diversificação das áreas centrais. Até a década de 1960, existia um centro comercial principal e um ou dois subcentros. Outros centros foram construídos nos bairros nas décadas seguintes. Especialmente a partir da década de 1990, diversos eixos possibilitaram que o centro se reestruturasse de modo a facilitar o surgimento dos grandes equipamentos comerciais e de serviços, como os *shoppings centers*, a exemplo do **Espaço Estação**. Ocorre aí o que Sposito (2005) chama de centralidade múltipla.

Em segundo lugar, a circulação de pessoas dentro da cidade sofre modificações, porque aumenta a possibilidade de acesso dos veículos automotores que ampliam os fluxos intra e interurbanos, aumentando sua fluidez. Diferentes são os ritmos dos fluxos, porque há diferenças entre os dias e os horários de funcionamento dos estabelecimentos comerciais e de serviços localizados no centro maior e de seus eixos de desdobramento nos *shoppings centers*, ocorrendo o que Whitacker (1997) denomina centralidade cambiante, uma vez que é consequência das variações das relações entre localização e fluxos no decorrer do tempo.

Em terceiro lugar, a descentralização que se vê não é uma diluição da centralização, mas uma recentralização que fortalece a centralidade urbana. O surgimento de novas áreas centrais não ocorre somente devido aos novos subcentros, mas também de outras áreas centrais que atendem clientelas. Estas chegam de outras partes da

cidade, gerando o que Sposito (2005, p. 99) denomina “centralidade complexa, do ponto de vista das escalas que articula e dos fluxos que se entrecruzam”.

Como os outros *shoppings centers*, o **Espaço Estação** se constitui numa reprodução de atividades que eram tradicionalmente oferecidas pelo centro principal da cidade, atividades comerciais e de serviços relacionados ao lazer, como cinemas, restaurantes, lanchonetes, compras, serviços bancários e visitas a museus. Atualmente, o **Espaço Estação** oferece essas oportunidades semelhantes em seu “espaço”.

Em quarto lugar, as novas áreas centrais, como o **Espaço Estação**, demonstram pouca relação com os setores urbanos de maior densidade demográfica. Há atualmente a tendência a uma localização de novos equipamentos em áreas de fácil acesso, para os segmentos sociais de alto poder aquisitivo, possibilitando a existência da constituição de uma centralidade polinucleada, também do ponto de vista socioespacial (SPOSITO, 2005).

Para Salgueiro (1998, p. 86), a cidade é uma “multiplicidade de centralidades (...), uma rede de relações na qual são tecidos múltiplos processos de identificação”.

### 2.3.1 A Cidade e a dimensão urbana

Como se denota no item anterior, os espaços construídos são frutos do trabalho “objetivado, materializado, que aparece através da relação entre o ‘construído’ (casas, ruas, avenidas, estradas, edificações, praças) e o ‘não-construído’ (o natural), de um lado, e do movimento de outro” (CARLOS, 1994, p. 56). E o urbano marca também o modo de vida e o pensar a vida, pois o capitalismo criou não somente um novo modo de produção, mas também um novo homem, que tem cada vez menos identificação com o espaço do seu trabalho.

Enquanto ciência, a geografia enfatiza o urbano, visto que muitas pessoas migraram da área rural para as cidades. Enquanto fenômeno social, a cidade é o espaço privilegiado de concentração da população brasileira. Os geógrafos, dedicados ao estudo do urbano, exercem o papel de compreender a produção e a organização do espaço urbano, levando em consideração que a cidade é uma das configurações mais complexas que a sociedade produz, é espaço dinâmico e local de criatividades e contradições (DA SILVA, 1997).

A cidade vai se reproduzindo na contradição entre a eliminação substancial e a manutenção dos lugares. No espaço urbano se reproduzem as relações sociais, que envolvem diversas dimensões da vida humana.

Segundo Santos,

(...) a cidade constitui, em si mesma, o lugar de um processo de valorização seletivo. Sua materialidade é formada pela justaposição de áreas diferentemente equipadas, desde as realizações mais recentes, aptas aos usos mais eficazes de atividades modernas, até o que resta do passado mais remoto, onde se instalam usos menos rentáveis, portadores de técnicas e de capitais menos exigentes. Cada lugar, dentro da cidade, tem uma vocação diferente, do ponto de vista capitalista, e a divisão interna do trabalho a cada aglomeração não lhe é indiferente. Assim às diversas combinações infraestruturais correspondem diversas combinações supra-estruturais específicas (SANTOS, 1994, p. 129-130).

Entende-se, portanto, que o espaço da cidade se organiza de acordo com o processo amplo de transformações desenvolvidas pela cidade, como é o próprio processo de urbanização, a forma como a produção do espaço se materializa na cidade.

Pode-se dizer que na análise urbana não existe separação entre natural e social, homem e natureza, mas uma articulação dialética entre sociedade e espaço, mesmo porque o homem no seu cotidiano multiplica e aprofunda seus laços com a natureza, e esta tende a ganhar cada vez mais conteúdos e dimensão social e histórica (CARLOS, 1994).

Segundo Santos (1996, p. 69), não se deve confundir cidade e urbano.

O urbano é frequentemente o abstrato, geral, o externo. A cidade é o particular, o concreto, o interno. Entre as histórias do urbano estão as histórias das atividades presentes na cidade, do emprego, da divisão do trabalho, da cooperação. Entre as histórias da cidade, está a história da habitação, dos transportes, da centralidade.

Carlos (1994) analisa o urbano a partir de dois pontos de vista, do produtor, que precisa de equipamentos de infraestrutura, de informação e de instalações amplas, e do consumidor, que utiliza o espaço para sobreviver, e que também precisa de equipamentos de lazer e da participação em serviços coletivos.

Lefebvre (2002, p. 46) define o urbano como “lugar onde as pessoas tropeçam umas nas outras, encontram-se diante e num amontoado de objetos, entrelaçam-se até não mais reconhecerem os fios de suas atividades”.

Para Da Silva (1997, p. 85),

(...) a cidade é a matriz do urbano (...). O urbano universaliza a cidade, cria marca. O urbano costura as diferenças reconhecidas entre as cidades, extrapola seus limites e utilizam todos os meios possíveis para homogeneizar atitudes, hábitos comportamentos. (...). A cidade é um emaranhado de fazer e desfazer: construções, demolições, remendos, reformas, templos, feiras, palácios, favelas, monumentos, caminhos, ruelas, ruas, alamedas, avenidas, vias, letreiros, acrílico, néon, terremotos. (...) e a cidade resiste. Insiste.

Segundo Carlos (1994, p. 181), o urbano contrapõe a cidade, pois “é um produto do processo de produção num determinado momento histórico”, não apenas no que diz respeito ao estabelecimento econômico do processo (produção, distribuição, circulação econômica e troca), mas também no referente ao que é determinado social, política, jurídica e ideologicamente. Assim, o urbano não é somente um modo de produzir, mas, também, um modo de consumir, pensar, um uma forma de viver.

Por sua vez, a cidade expressa o trabalho materializado, é uma forma de produção e reprodução de um determinado sistema, mas é também uma forma de apropriação do espaço produzido, é um bem material (CARLOS, 1994).

Se a cidade se manifesta, por exemplo, nos espaços das ruas, mediante as relações sociais que aí se concretiza em sua dimensão urbana nega essas relações próprias da cidade tradicional, ao produzir ambientes isolados, rodeados por vias rápidas que distrai o cidadão da possibilidade de prestar atenção ao outros e ao ambiente enquanto vai de um lugar para o outro.

As cidades representam os macromovimentos sociais, e as mudanças urbanas nem sempre provocam invasões positivas no que se refere às políticas turísticas. A ordenação urbana dispõe o espaço para facilitar as atividades turísticas, a ordenação turística busca meios disponíveis no espaço tendo em vista o sucesso das atividades turísticas. “A cidade não é apenas um conjunto de elementos observados (fixos), mas o produto de muitos construtores (...) dificilmente deixa de mudar alguns detalhes, que para o turismo podem ser fundamentais” (CASTROGIOVANI, 2000, p. 25)

As ordenações urbanas e turísticas estão na base do bom êxito das atividades econômicas no centro de Curitiba e acabam propiciando uma rede cultural não apenas para a população local, mas, também, ao remeter o turista do centro para o Espaço Estação e, uma vez no Estação, ser impelido a conhecer as outras partes do centro da cidade. Desse modo, embora se exiba o que foi sistematizado para o turista ver, o retorno é o interpretado a partir do que ele vê que vai sempre além do que é mostrado.



### **3 TRANSFORMAÇÕES NA CIDADE DE CURITIBA, ASPECTOS DA ATUAÇÃO DE AGENTES PÚBLICOS E PRIVADOS**

#### **3.1 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM METROPOLITANA**

Neste capítulo, se pretende realizar abordagens sobre a construção da imagem da cidade de Curitiba. Algumas das sínteses mais comuns a comporem a imagem da cidade, divulgadas pela mídia local, com repercussão nacional e internacional, estão nas denominações que vem recebendo ao longo das últimas décadas: Curitiba – cidade modelo, Curitiba – capital ecológica, Curitiba – capital de Primeiro Mundo, Curitiba – Capital social, entre outros.

##### **3.1.1 Caracterização da área de estudo**

A cidade de Curitiba localiza-se no primeiro planalto paranaense na planície de inundação da bacia do Rio Iguaçu, a uma latitude de 25°25'48''S e longitude 49°16'15''W, com altitude média de 934,6 m sobre o nível do mar. Sua extensão NS é de 35 km e LO de 20 km. O centro da cidade se encontra em uma colina espigada de vertentes suaves, direcionada na direção norte-sul, descendo em direção ao rio Belém, formando terraços enxutos com rampas ligeiramente inclinadas (GARCEZ, 2006, p. 69). Seu clima é subtropical úmido, com temperatura média no verão de 21°C e no inverno 13°C (IBGE, 2008).

O município de Curitiba (Figura 3) tem superfície de 432 km<sup>2</sup> (PMC, 2008), quase totalmente ocupado, o que leva a Prefeitura a planejar e a implantar ações sob um enfoque metropolitano, com o objetivo de manter e ampliar o padrão de qualidade de vida já conquistado (PMC, 2008). De acordo com o IBGE (2007), a população estimada do município de Curitiba era, em 2007, de 1.797.408 habitantes, a maior das capitais do Sul. Porto Alegre tinha população estimada em 1.420.667 habitantes e Florianópolis de 396.723 habitantes.



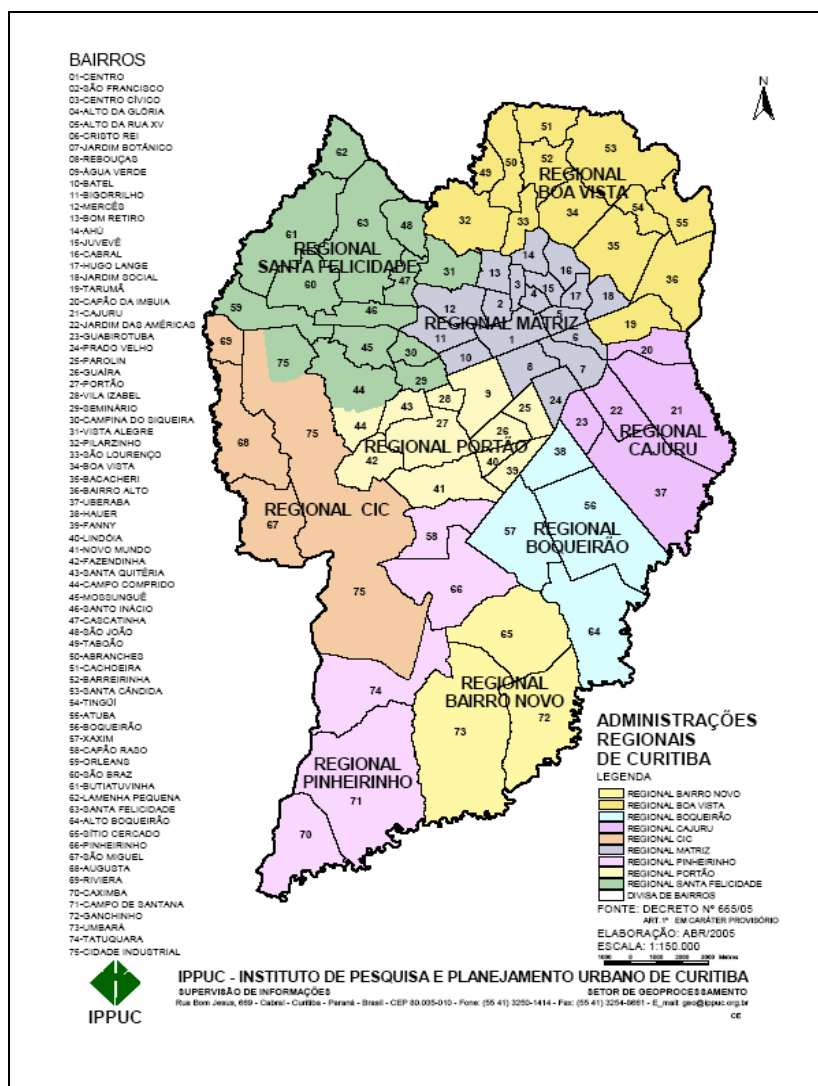
**Figura 3 – Figura de localização de Curitiba no contexto nacional**

Fonte: COMEC, 2008.

O Município de Curitiba é constituído por 75 bairros, divididos em nove Regionais Administrativas, (Figura 4) que funcionam como Subprefeituras em locais específicos chamados Ruas da Cidadania, como forma de descentralização administrativa. São elas: Bairro Novo, Boa Vista, Boqueirão, Cajuru, Cidade Industrial de Curitiba (CIC), Matriz, Pinheirinho, Portão e Santa Felicidade (IPPUC, 2009).

O bairro Rebouças, onde se localiza o Espaço Estação, compõe a Regional Matriz juntamente com: Ahú, Alto da Glória, Alto da Rua XV, Batel, Bigorrilho, Bom Retiro, Cabral, Centro, Centro Cívico, Cristo Rei, Hugo Lange, Jardim Botânico, Jardim Social, Juvevê, Mercês, Prado Velho, Rebouças e São Francisco. Sua densidade demográfica é de 56.21 hab./ha e concentra 13,7% da população do município, com cerca de 202.266 habitantes.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> IMAP. **Matriz**. Disponível em: <http://www.imap.org.br/?q=node/388>. Acesso em 15 dez. 2009, 00:30: 10:10.



**Figura 4 – Distribuição Espacial das Administrações Regionais de Curitiba**  
Fonte: IPPUC, 2008.

O elo de Curitiba com as outras 25 administrações municipais está ao encargo da Secretaria Especial de Assuntos Metropolitanos, conforme a Prefeitura Municipal de Curitiba (2009), que também presta

assessoria aos municípios que anteriormente praticavam políticas isoladas, buscando a integração, a solidificação da tradição e o desenvolvimento de estratégias voltadas à antecipação das soluções a problemas ambientais urbanos, como ocorreu nas décadas de 1970 e 1980, décadas marcadas por índices de expansão demográfica, chegando até 5,7% ao ano, e procura desenvolver/divulgar Curitiba como ícone em transporte coletivo, atendimento social, consciência ambiental e infraestrutura.

A Região Metropolitana de Curitiba (RMC) é formada por 26 municípios (Figura 5) e conta com 3.335.588 habitantes. Sua extensão territorial é de 15.461 km<sup>2</sup>. A taxa anual de crescimento da RMC é de 3,02% - superior, portanto, à média de 1,53% ao ano, verificada nas demais cidades do País (IBGE, 2007).



**Figura 5 – Divisão político administrativa da Região Metropolitana de Curitiba - 2006**

Fonte: IBGE/IPARDES (2008).

Os municípios componentes da RMC distribuem-se em processos socioespaciais administrativos diferenciados, de acordo com a influência e as relações estabelecidas com a cidade-polo do aglomerado. Conforme descrição do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico (IPARDES, 2008) os municípios são classificados segundo o grau de inserção na dinâmica metropolitana em três anéis:

Primeiro anel – municípios que definem uma mancha urbana conurbada, com forte interação com a cidade-polo, concentrando mais de 90% da população da RMC. Estão aí compreendidos Almirante Tamandaré, Araucária, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Colombo, Curitiba, Fazenda Rio Grande, Pinhais, Piraquara, São José dos Pinhais e Quatro Barras.

Segundo anel – municípios sem continuidade com a malha urbana, mas que mantêm relações intensas com o polo e possuem destacada importância regional. Concentram cerca de 3,7% da população total da RMC. São eles: Balsa Nova, Bocaiúva do Sul, Contenda, Itaperuçu, Mandirituba e Rio Branco do Sul.

Terceiro anel – são municípios que concentram cerca de 3,8% da população da RMC, realizam funções referidas às atividades rurais e mantêm relações tênues com a metrópole. Nestes, a urbanização ainda é incipiente. São eles: Adrianópolis, Agudos do Sul, Cerro Azul, Dr. Ulysses, Quitandinha, Tijucas do Sul e Tunas do Paraná.

Enfatiza-se o caráter diferenciado dos processos socioespaciais e administrativos que caracterizam cada um desses anéis (IPARDES, 2008). (Figura 6).

**Figura 6 – Apresentação da Região Metropolitana de Curitiba, classificação dos municípios segundo o grau de inserção na dinâmica regional, em três anéis de interação**  
Fonte: IPARDES, 2008.

Dos municípios da RMC, em seus aspectos geológicos, ao Norte de Curitiba, especialmente nos municípios de Colombo, Almirante Tamandaré e Rio Branco do Sul são explorados o calcário, região que abriga um reservatório de água subterrânea chamada Aquífero Carste. A região de Curitiba apresenta deposições sedimentares da Era Cenozóica (Formação Guavirotuba) associadas a depósitos, especialmente de origem fluviais. Seu clima é predominantemente identificado como subtropical e úmido. (SCORTEGAGNA, 2005).

O Paraná é o 6.º estado brasileiro mais populoso, com 10.284.503 habitantes, menor do que São Paulo (39.827.50 ha), Minas Gerais (19.273.506 ha), Rio de Janeiro (15.420.375 ha), Bahia (14. 080.654 ha) e Rio Grande do Sul (10.582.840). (IBGE, 2007).

### **3.1.2 Contextualização Socioespacial: Início e processo**

A povoação da cidade de Curitiba e do entorno ocorreu por volta de 1630, a partir de habitantes oriundos de Paranaguá, onde havia sido descoberto o ouro de aluvião, que formaram o povoado de Nossa Senhora da Luz e Bom Jesus dos Pinhais, às margens do Rio Atuba. Conta uma lenda que uma imagem de Nossa Senhora amanhecia todos os dias com os olhos voltados para o local onde, atualmente, está a Praça Tiradentes e, por isso, para ali se trasladou o pequeno núcleo, que deu origem a cidade de Curitiba (WACHOWICZ, 2002). Em 29 de março de 1693 foi instalada a Vila e eleita a primeira Câmara dos Vereadores (IPPUC, 2006).

Segundo Wachowicz (2002), na metade do século XVII, existiam no atual planalto de Curitiba diversos núcleos de garimpeiros, cujas habitações eram choças cobertas de folhas de palmeira. No sertão, moravam os índios Tinguís, da família Tupi-Guarani. Chegaram outros faiscadores a lugares como Cananeia, Iguape, Paranaguá, Santos e São Paulo. Eles tinham à frente Eleodoro Ébano Pereira, administrador de minas de ouro no Sul e representante do governo geral instalado no Rio de Janeiro.

Em 1822, por ocasião da Independência do Brasil, Curitiba tinha somente 220 casas. A Vila passou a ser considerada cidade em 1842, com o nome definitivo de Curitiba e, em 1854, tornou-se a capital do Estado do Paraná. A partir do século XIX, evidenciou-se um perfil marcadamente europeu, com as imigrações em massa que mudaram o aspecto português da cidade. Os alemães chegaram por volta de 1833,



seguidos por poloneses, italianos, ucranianos e orientais, até o final do século, o que resultou em uma diversidade de etnias, bastante marcante na cidade e na região.

A vinda desses imigrantes contribuiu com uma diversificação de interesses, culturas e economia da população tradicional, coincidindo com a criação e o início da aplicação da tecnologia na agricultura, com a criação de ferrovias e rodovias. Interferiu na arquitetura, a exemplo das cúpulas bizantinas das igrejas, dos lambrequins<sup>10</sup> das casas e das mais diferentes técnicas de construção.

Historicamente, o povoamento do litoral do Paraná e o surgimento da cidade de Curitiba foram consequências da descoberta do ouro, no século XVII<sup>11</sup>, especialmente ao oeste e ao norte da baía de Paranaguá (WACHOWICZ, 2002). A partir de 29 de agosto de 1853, em que pela Lei Imperial n.º 704 era criada a Província do Paraná, adotou-se a política migratória, visando à introdução de mão de obra nas obras públicas, já que havia terminado o tráfico de escravos<sup>12</sup>.

A partir de meados do século XIX, intensificou-se a exportação da erva-mate para os países do Prata. O início da industrialização coincidiu com a intensificação das políticas migratórias e com o auge do ciclo da erva-mate, que contribuiu com a generalização do trabalho assalariado e a adoção de novas técnicas produtivas industriais (OLIVEIRA, 2001).

Depois da emancipação da Província, em 1853, o presidente do Paraná, Zacharias de Góes e Vasconcelos tratou do negócio ervateiro, tentando melhorar sua qualidade. O ano de 1928 é destacado por autores a exemplo de Oliveira (2005) como um marco para as exportações de mate. Através dos portos de Paranaguá e de Antonina, foram exportadas

---

<sup>10</sup> Rendilhado de madeira usado para decorar os beirais das casas, principalmente de imigrantes alemães e poloneses. Embora não se possa dizer que o lambrequim seja uma característica específica do Paraná, foi sem dúvida na Curitiba do final do século passado que esse detalhe arquitetônico obteve maior destaque. Nos últimos trinta anos, porém, com a paulatina substituição das casas de madeira por edificações de alvenaria, o lambrequim foi desaparecendo da paisagem urbana. (Fonte: *Lambrequim: beirais rendados em Curitiba*. Visão. 30 maio, 1983, n. 22, p. 85).

<sup>11</sup> Apesar das riquezas auríferas, no entanto, graves problemas sociais passaram a fazer parte da história da cidade, como a concentração fundiária, a dificuldade de implantação de uma agricultura comercial, efemeridade dos bens minerais, bem como o comprometimento das águas dos rios e dos lençóis subterrâneos, resultantes da poluição, que dificultava desde então o acesso dos moradores da região e de Curitiba à água limpa (SCORTEGAGNA, 2005).

<sup>12</sup> A fase de atração de imigrantes permaneceu por toda a metade do século XIX e início do século XX. Eles marcaram a urbanização com casas de madeira do tipo polônês, com sobrados construídos por artesãos alemães e italianos.

mais de 73 mil toneladas. Depois disso, começou a crise ervateira. De acordo com Oliveira (2004), até a década de 1930, as colônias agiam como válvula de regulação demográfica e econômica da cidade. A partir dos anos 1930, quando a indústria do mate entrou em crise, a extração da madeira e o cultivo do café assumiram a liderança (OLIVEIRA, 2005).

### **3.1.3 Planos urbanísticos de Curitiba e política habitacional**

O primeiro plano urbanístico de Curitiba foi instituído em 1783, quando a Câmara de Vereadores da época determinou o traçado das ruas, disciplinando a localização das novas construções (IPPUC, 2008).

Em 1855, foi contratado a serviço do governo imperial o engenheiro francês, Pierre Taulois<sup>13</sup>. Este elaborou um plano que definia o arruamento da nascente capital provincial e fixava normas para o alinhamento predial, (GARCEZ, 2006 p. 8), a fim de planejar a cidade de acordo com os padrões da época e controlar doenças como o tifo.

Embora persistissem problemas de saneamento e a iluminação pública fosse precária, o Imperador D. Pedro II e a Imperatriz D. Teresa Cristina não se intimidaram em visitar a cidade, em 1885, visita possibilitada pelo funcionamento da estrada de ferro Paranaguá-Curitiba, após a estação de Curitiba ter sido inaugurada no mesmo ano.

Em 1886 construiu-se o Passeio Público, o primeiro parque de Curitiba e a primeira grande obra de saneamento, reunindo conceitos de área verde, preservação ambiental, saneamento e lazer. (Figura 7).

---

<sup>13</sup> Engenheiro francês que prestava serviços ao governo imperial, tendo realizado projetos em Petrópolis e em 1841 o plano de arruamento de Niterói, após esta ter sido elevada à condição de capital.



**Figura 7 – Vista parcial do Portal do Passeio Público. No final do século XIX, havia no centro de Curitiba um charco cheio de lixo que impedia a aproximação dos transeuntes, devido ao mau cheiro. Por solicitação de industrial uruguaio radicado em Curitiba, Francisco Fasce Fontana, o doador do terreno, foi construído um parque cuja inauguração se deu no dia 2 de maio de 1886 com o nome de Passeio Público. É considerada a primeira grande obra de saneamento da cidade, por transformar o banhado ali existente em área de lazer e solucionar os alagamentos no Atalho da Graciosa, região que hoje abrange a Avenida João Gualberto e Conselheiro Laurindo, na região do Círculo Militar (O ESTADO DO PARANÁ, 2008, p. 8)**

Fonte: PAMPA, 2010.

Surtos epidêmicos, como os que ocorreram em 1889 e em 1891 requereram a instalação das primeiras redes de distribuição de água e coleta de esgoto (MENEZES, 1996, p. 62).

Naquela época, apenas a Rua da Assembleia (hoje Doutor Muricy) e a Rua do Comércio (atual Marechal Deodoro) se cortavam em ângulo reto. A pedido do engenheiro, as outras ruas tiveram seu traço modificado, fazendo com que a cidade perdesse sua forma circular. Adquiria então desenho regular, quadrilátero, com cruzamentos em ângulos retos bem definidos, a fim de melhorar a circulação no interior da malha urbana.

Somente em 1895, com a participação de profissionais, como autoridades judiciais, engenheiros e médicos higienistas, foi implementado o primeiro Código de Posturas, que regulamentava

aspectos de conduta, higiene e ocupação urbana e proibia a construção de casas de madeira no centro da cidade,<sup>14</sup> aperfeiçoando a estrutura da Curitiba republicana. As atividades comerciais e de lazer confirmavam a prosperidade da Capital de entrada do século XX.

Apesar de as intervenções feitas a partir do Plano Taulois terem características de um plano urbanístico, não foi considerado como tal, já que não seguiram os critérios científicos do urbanismo, que só se afirmaram como disciplina científica no final do século XIX (MENEZES, 1996).

Já na primeira década do século XX, os serviços de água, esgoto, limpeza e iluminação eram ampliados; as ruas iam sendo abertas, pavimentadas e arborizadas.

No entanto,

(...) em 1918 um surto de febre tifóide apavorou Curitiba, criando um quadro de terror com, no mínimo, 2000 indivíduos acometidos do mal. A rede de esgotos foi reconhecida como o fator responsável pela propagação da epidemia. A precariedade da rede dava lugar à passagem de germens para o encanamento de abastecimento de água, conforme ficou provado. Um relatório elaborado na ocasião denuncia a contaminação agravada pelas grandes chuvas que, aumentando a carga do líquido dos esgotos, determinavam infiltrações na rede distribuidora de água potável (GARCEZ, 2006, p. 69).

Embora as mudanças no centro da cidade, desde o início do século XX, continuassem, em 1905 o fluxo de pessoas pela Praça Eufrásio Correia se mantinha, pois a estação de trem continuava em plena atividade, possibilitando viagens, transportes de cargas e a dinamização econômica.

A cidade comemorava a construção da sede da Universidade Federal do Paraná, fundada em 19 de dezembro de 1912 (WACHOWICZ, 1983). (Figura 8).

---

<sup>14</sup> A partir de 1903 as autoridades começam a hierarquização de usos do solo.



**Figura 8 – Universidade Federal do Paraná. Prédio da Praça Santos Andrade no centro de Curitiba inaugurado em 19 de dezembro de 1912. O local servia para depósito de lixo urbano. A partir dele, seguiam-se brejos e grotas até o rio Belém. A universidade deu impulso à vida na cidade que, por viver repleta de estudantes, recebeu o título de Cidade Universitária. Influenciou na formação dos dirigentes locais e contribuiu para que o Paraná se destacasse entre os estados brasileiros mais prósperos. (WACHOWICZ, 2002, p. 212)**

Fonte: IMAGESHACK CORP, 2007.

Na década de 1920, na gestão de Moreira Garcez à frente da Prefeitura de Curitiba, foram reformadas as praças Zacarias e Tiradentes, abertas as avenidas Visconde de Guarapuava, Sete de Setembro, Silva Jardim, Iguaçu e Getúlio Vargas e feitos o calçamento e o revestimento das ruas com pedras de macadâmia.

As mudanças econômicas e sociais, entre as décadas de 1920 e 1930, agregaram mudanças culturais. Segundo Sant’Anna *et al.* (1987, p. 129),

(...) nos idos de 20 e 30, um grupo de pessoas que possuíam uma afinidade cultural e afetiva particular, encontrando-se pelos bares deste Paraná curitibano, em plena reestruturação da cultura a nível mundial, materializaram este sentimento na forma de um movimento cujo ápice foi a definição de símbolos que foram usados como instrumentos de veiculação de suas ideias.

Nomes como Turim, Guelfi, Lange e outros artistas considerados internacionalmente, batalharam por este 'estilo' e tomaram pinha-pineiro-pinhão como símbolo, estampado pela Curitiba nas calçadas, quadros, paredes, inserindo um elemento singular na arquitetura, legitimando-a como paranaense.

O Movimento Paranista exerceu o papel de construir a identidade regional do Paraná, contando com a participação de artistas, literatos e outros intelectuais que incentivaram a construção dessa identidade imbuída da crença no progresso no desenvolvimento social, assinaladas na Primeira República.

Tal Movimento cultivava o Paranismo, sentimento de pessoas preocupadas em preservar a identidade cultural. Desse modo, pessoas de outros Estados ou de outros países, que haviam feito ou faziam algo pelo Paraná, eram acolhidos como paranistas, pois o termo traduzia o amor pelo Paraná. Os paranistas se impuseram a tarefa de criar o paranaense no momento em que pela Guerra do Contestado<sup>15</sup> acabava-se de perder a parcela de seu território para Santa Catarina mediante acordos políticos.

De acordo com Peters (2005), o crescimento cultural e econômico era tema da revista paranista da época, a *Ilustração Paranaense*, criada e editada pelo fotógrafo João Batista Groff. Os símbolos eram divulgados em festas cívicas locais e nacionais. Apesar de que o Movimento Paranista como tal tenha terminado após alguns anos, o Paranismo continua presente até os dias atuais. Os intelectuais do movimento paranista deixavam transparecer em livros ou pela própria revista *Ilustração Paranaense* o desejo de contribuir com o embelezamento da cidade e exaltavam seu engrandecimento entre as demais.

Um dos exemplos ainda visíveis de Paranismo está nas calçadas de *petit-pavé* da Rua XV de Novembro, desde 1922, quando a proposta de Lange de Morretes (1892-1954)<sup>16</sup> foi aceita<sup>17</sup>. É o trabalho de geometrização que estiliza a representação de pinha (Figura 9), pinhão, araucárias, símbolos do Paraná (BUCHMANN (2008).

<sup>15</sup> O tema pode ser aprofundado em SERPA, Elio Cantalício. **Guerra do Contestado** (1912-1916). Florianópolis: EDUFSC, 2007.

<sup>16</sup> Além de cientista, foi também um artista. Natural de Morretes - PR, foi aluno de Alfredo Andersen e, juntamente com João Turim, defendia um estilo de arte decorativa paranaense.

<sup>17</sup> Em concurso público realizado na Capital, em 1922, ano em que se comemoravam os 100 anos da Independência do Brasil, foi eleita a proposta de estilização desses símbolos para as calçadas.



**Figura 9 – Símbolo Paranista estilizado no calçamento da Rua XV de Novembro, em Curitiba**

Fonte: MORRETES, 1976, p. 47.

Desde 1910 estendendo-se a 1940, o espaço rural-urbano evoluiu para um urbano-rural-industrial (1940-1945), caracterizado por elementos urbanos e rurais, atacados, indústrias, oficinas, bairros residenciais, que conviviam com chácaras e áreas de pastagens, espacialidade que se torna referência no imaginário dos curitibanos até aproximadamente a década de 1950.

Segundo Oliveira (2004, p. 31), naquela época “as chácaras, perto do centro da cidade, se misturavam com um centro histórico de edifícios públicos, praças e sobrados. Por outro lado, a vida das colônias se apresentava, em muitos aspectos, alheia à vida da cidade”, pois os colonos tinham quase vida própria a não ser para efetuar vendas na cidade e comprar os mantimentos que não se produziam na colônia.

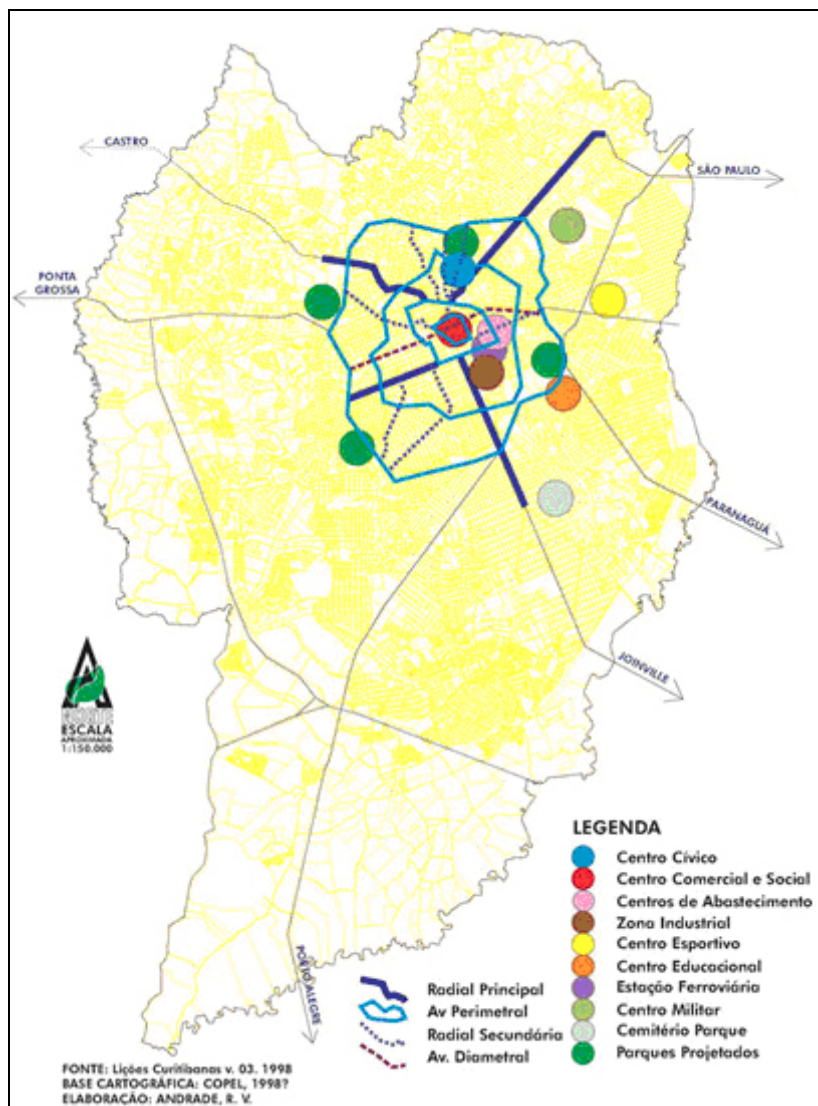
Como se denota, Curitiba era uma cidade onde o meio ambiente, o rural e sua dinâmica própria exerciam poder em parte da vida da cidade, principalmente a faixa de urbanização das chácaras e colônias agrícolas mais próximas da região considerada mais antiga. “Esta quase periferia de novos bairros e colônias, embora rurais, está integrada à mancha urbana, atravessando-a, com um cenário urbano-rural orgânico,

onde não é visível o começo e o fim da cidade” (OLIVEIRA, 2004, p. 33).

A partir da década de 1940, a cidade recebeu projetos de remodelação e embelezamento no âmbito de um plano de urbanização, com a finalidade de descongestionar o tráfego urbano, especialmente do Centro Histórico, e de atender aos problemas de escoamento de águas pluviais.

O projeto incluiu a inauguração dos dez centros funcionais (Figuras 10 e 11), entre outros, como o Centro Comercial e Social; o Teatro Municipal e o Centro Administrativo Municipal; o Centro Cívico; a Cidade Universitária, atual Centro Politécnico; o Centro Militar, compreendendo o aeroporto; o Centro Poliesportivo; um Centro Hípico; parques e um Setor Industrial, que já funcionava atrás da Estação Rodoviária, e um novo terminal ferroviário para substituir a antiga estação de trem (GARCEZ, 2006).





**Figura 10 – Figura mostrando as avenidas projetadas pelo plano de urbanização de Curitiba – Plano Agache, de 1943**

Fonte: Acervo Casa da Memória *apud* IPPUC (2007).



**Figura 11 – Reprodução histórica em papel pergaminho- mostra as avenidas projetadas pelo plano de urbanização de Curitiba – Plano Agache, de 1943**

FONTE: Acervo Casa da Memória *apud* IPPUC, 2007.

### 3.2 ASPECTOS EVOLUTIVOS DO PLANEJAMENTO URBANO

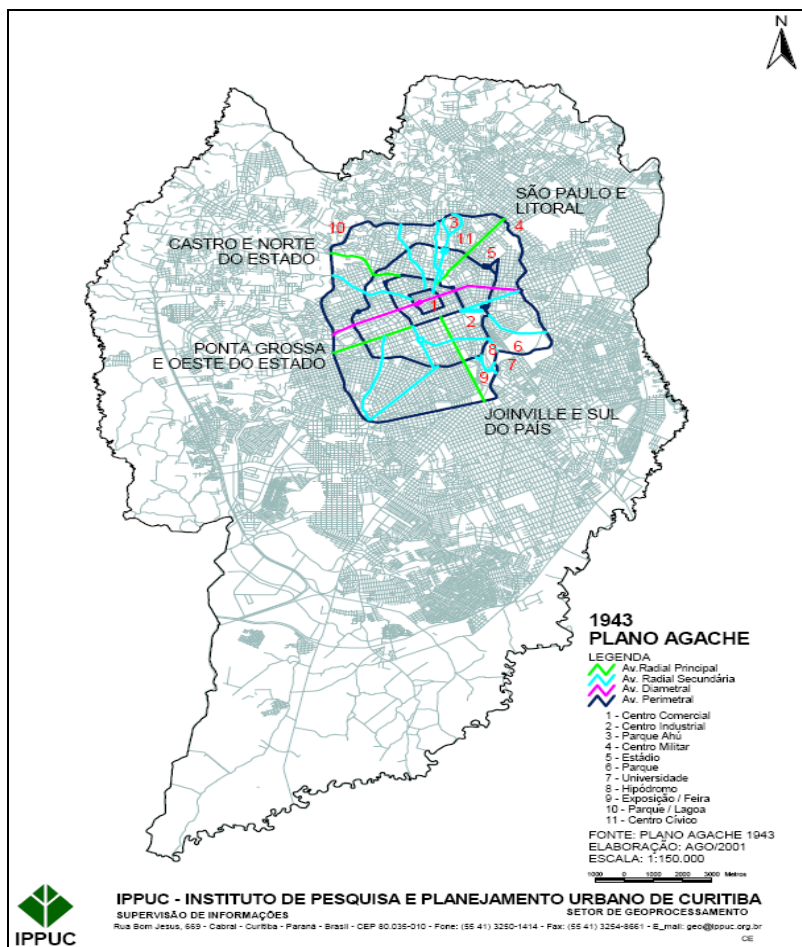
Por outro lado, segundo o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), a história formal do planejamento urbano de Curitiba teve início em 1943, com a elaboração de um plano urbanístico encomendado à empresa Coimbra & Cia., executado pelo arquiteto e urbanista francês Alfred Hubert Donat Agache (1875-1959), fundador da Sociedade Francesa de Urbanismo.

O Plano Agache de Curitiba é considerado um dos primeiros planos do Brasil que incluem medidas de saneamento, definição de áreas para habitação, serviços e indústrias e reestruturação viária – sua principal base de sustentação. O Plano criou diretrizes e normas técnicas

para ordenar o crescimento físico, urbano e espacial da cidade, organizar as funções urbanas, estabelecer o zoneamento de atividades que orientam o desenvolvimento, definir a distribuição dos espaços abertos e a reserva de áreas para a expansão da cidade, segundo a previsão demográfica da época.

Naquela ocasião, Curitiba possuía cerca de 127 mil habitantes com uma taxa de crescimento de 3,57% ao ano. De acordo com aquele Plano, foram designados centros funcionais setorizados – militar, esportivo, de abastecimento, de educação, industrial, administrativo, e centros de lazer, além das zonas residenciais, alguns deles em funcionamento até hoje.

O Plano Agache representava em 1943 a primeira tentativa de ordenação de cidade vista como um conjunto (Figura 12). Propôs o crescimento radiocêntrico, de caráter estritamente físico-territorial. A partir dos anos 1950, o planejamento sobre Curitiba modificou-se em parte, passando a vincular o paradigma da modernização (que havia norteado seu desenvolvimento até então) ao “Brasil diferente” da imigração de origem europeia: o esforço modernizador de saneamento concorreu então com o esforço de embelezamento e de aparelhamento cultural.



**Figura 12 – Centros Funcionais Setorizados do Plano Agache**

Fonte: IPPUC, 2008.

Por volta da década de 1950, a cidade já contava com 180 mil habitantes e um crescimento anual de 7,18%. Em 1952 foi iniciada a construção do Centro Cívico – previsto no Plano Agache – e no ano seguinte, em decorrência do Plano, foi aprovada a primeira Lei de Zoneamento de Curitiba – Lei n.º 699/53. A cidade foi dividida em oito áreas e cada uma delas foi entregue a uma empresa concessionária. O modelo vigorou até 1974, quando foi implementado um novo modelo

que deu início à Rede Integrada de Transporte (RIT). Datam desta época o novo prédio do Teatro Guaíra e a construção do prédio da atual Biblioteca Pública. O crescimento da cidade, no entanto, foi além dos limites previstos pelo Plano Agache. A população dobrou na década de 1950.

Segundo Tsiomis (1996), o Plano Agache não interveio tanto sobre os componentes funcionais quanto sobre os componentes imaginários ou simbólicos da instituição cidade, ou seja, buscou espelhar também o poder político e econômico.

Em 1953 ocorreu o *boom* econômico do café no Norte do Estado. Em Curitiba intensificou-se o crescimento populacional. Chegaram novos migrantes, que se instalaram nos Campos Gerais.

O primeiro plano de transporte coletivo começou em 1955, dividindo-se a cidade em áreas de concessão para empresas privadas de transporte.

Por volta de 1960, Curitiba registrou 361.309 habitantes. No início da década de 1960, o Plano Agache, já defasado, precisava ser adaptado a novas necessidades, como a agilização do sistema viário e a organização da cidade. A Lei n.º 1908/60 aprovou o Plano Piloto de Zoneamento de Uso, instituindo as Unidades de Vizinhança – 47 urbanas e 5 rurais. Cada uma das unidades deveria ser equipada com sistema viário estruturado, escola básica, área verde para recreação pública, além de legislação para regular o uso e a ocupação do solo. O mesmo Plano de Zoneamento estabeleceu uma nova divisão da cidade em zonas residenciais, comerciais, industriais e rurais.

Em 1962, com a entrada em funcionamento do curso de arquitetura e urbanismo na Universidade Federal do Paraná (UFPR), surgiu outra pressão para que a prefeitura determinasse a elaboração de um novo plano diretor (GARCEZ, 2006, p. 94).

Naquela ocasião,

(...) urbanistas (arquitetos - professores) da UFPR encaminharam à Prefeitura uma proposta de plano diretor para Curitiba. Após amplo debate o Plano Diretor foi aprovado, mas iniciado somente em 1971, na gestão do prefeito e arquiteto Jaime Lerner. Foram, então, instituídas, por exemplo, as ruas exclusivas para pedestres (calçadas), a integração do transporte coletivo e o emprego de canaletas exclusivas para ônibus. O fechamento de parte da Rua XV de Novembro ao tráfego de

veículos, em 1971, foi a primeira iniciativa desse tipo no Brasil. Esse trecho é conhecido hoje como a Rua das Flores e inclui a Avenida Luiz Xavier<sup>18</sup>.

Em 1965, foram criadas a primeira Urbanização de Curitiba S/A (URBS) e a Companhia Municipal de Habitação (COHAB – CT). Ambas com o objetivo de reorganizar o transporte coletivo e o espaço urbano, uma vez que a taxa de crescimento populacional seguia como uma das mais altas do País na década de 1960 – 5,36% ao ano (IPPUC, 2008).

A crise do café nas décadas de 1960 e 1970, juntamente com o surgimento de uma agricultura em moldes orientados para a exportação foi decisiva para que grande parte da população saísse das áreas rurais para as cidades. O mate e o café conformaram a economia e a sociedade do Paraná, determinando um futuro para o Estado, e comprometido com a terra e a agricultura (OLIVEIRA, 2005)<sup>19</sup>. Oriundos da área rural, na década de 1970, assumiam lotes distribuídos pelos novos bairros da cidade, que envolviam

(...) a moradia, a chácara, o pomar e a criação de pequenos animais, sendo os limites informados pela topografia. Embora anteriormente os colonos mantinham-se nas colônias, desde o começo do século XX as colônias passaram a competir quanto a mercados cativos em pontos de venda na cidade (NIKODEM, 1970).

A planta cadastral da área central de Curitiba, bem como a presença de fotos antigas e as alterações na arquitetura testemunham as mudanças transcorridas nos últimos 50 anos. Mantêm-se em geral

---

<sup>18</sup> A História do Planejamento Urbano em Curitiba. Disponível em< <http://www.curitiba-parana.net/urbanismo.htm>., acesso em 22 mar. 2008.

<sup>19</sup> A extração da madeira destruiu as matas, de tal modo que no final da década de 1970 a atividade já se encontrava esgotada. O café, cujo cultivo havia alcançado significativa expressão a partir de 1860, começou a entrar em declínio na década de 1960, que cedeu espaço à cultura da soja, cujos efeitos foram devastadores enquanto intensificavam a urbanização e a industrialização paranaense. Grande parte dos trabalhadores rurais foi dispensada e os pequenos e médios proprietários passaram a ter dificuldade de manter suas fazendas. Muitos trabalhadores partiram para Curitiba e para o seu entorno (OLIVEIRA, 2005).

preservados os espaços públicos, os traçados de ruas, das praças e dos parques, mas com diversas modificações que proporcionam melhoria no fluxo dos veículos <sup>20</sup>. A presença dos novos habitantes na cidade, na década de 1970, comenta Oliveira (2004, p. 40), modificou a paisagem urbana,

(...) com um centro histórico que em menos de três quilômetros alterna formas urbanas e rurais superpondo-se de forma tão clara: chácaras e pastagens que invadem áreas centrais, entre casarões, fábricas e estrada de ferro. (...) não é fácil estabelecer-se com clareza se um bairro é comercial, residencial ou industrial, dada à forma como os diversos setores econômicos se utilizam dos espaços mais cênicos.

A tradição da Rua XV como ponto de encontro da população foi intensificada somente a partir de 1970, ao se tornar exclusiva para a utilização de pedestres.

Segundo Firkowski (2005), a industrialização que se desenvolvia nos anos de 1970 proporcionou a aceleração da urbanização, uma vez que a indústria emergente vinculada a gêneros dinâmicos se fazia presente em Curitiba e Araucária. Com isso, a Região Metropolitana de Curitiba (RMC) passou a receber grande parte da população oriunda de outras partes do estado e do país. Em 2000, a região contava com 29% da população do Estado, e Curitiba, com 58% da população metropolitana.

### 3.3 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM CURITIBANA

A partir de meados dos anos 70 e durante a década de 1980, a preocupação principal dos gestores públicos foi “equipar a cidade”, assumindo a diretriz de dotar Curitiba de “instrumentos urbanos” em

---

<sup>20</sup> Segundo Oliveira (2004), entre 1965-1973, a referência urbana é a cidade jardim. Os urbanistas do IPPUC recebem uma cidade com características de organização urbana rural-extrativista das décadas de 1920-30. Devido a enchentes no centro da cidade, a expansão no centro tradicional foi delimitada, e as colônias passaram a operar como cidades menores, possibilitando a forma alargada da cidade e a garantia da manutenção das áreas verdes e os caminhos atuais.

todos os setores de recreação, educação, terminais de transportes e de abastecimento.

Para integrar e organizar o planejamento e a execução de funções públicas de interesse comum da população e dos municípios que compõe a RMC foi criado a Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC) pela Lei Estadual n.º 6.517, em 1974, formada por um Conselho Deliberativo, Conselho Consultivo e uma Secretaria Administrativa. Datam desse período os principais projetos na área de transportes coletivos, embelezamento, restauração e preservação dos sítios históricos, padronização das paisagens urbana, implantação de áreas de lazer, tais como parques e bosques, que concederam à cidade a alcunha de modelo de urbanismo.

As aglomerações urbanas ocasionaram em diversas áreas da cidade agravamento dos problemas já existentes, como o lixo, o abastecimento de água, o transporte coletivo e a favelização, entre outros. Mas a administração municipal, em diferentes momentos, encontrou formas de mudar os aspectos negativos da cidade criando imagens que passaram a enfatizar os aspectos positivos, articulando-os com o *marketing* para atrair turistas.

Fortaleceu o projeto de embelezamento. Os urbanistas passaram a perceber que era preciso, a partir da década de 1970, resgatar a espacialidade rural-extrativista, sinônimo do resgate do estético, da manutenção das áreas centrais e dos parques que estavam desaparecendo. Mas a capacidade do poder público se chocava com as altas taxas de crescimento populacional e econômico das duas últimas décadas. Na década entre 1970-80 os interesses dos gestores públicos tornaram Curitiba uma cidade-jardim, sempre mais excludente, que se parecia com um grande *shopping center* (OLIVEIRA, 2004). O conjunto de ações desencadeadas naquele período transformou a cidade, nos anos seguintes, sob o ponto de vista físico, econômico, social e cultural.

Garcia (1997) identifica o início da década de 1970, como período fundamental do processo de construção da nova imagem de Curitiba, que correspondeu à primeira gestão do prefeito Jaime Lerner, 1971-1974 e, mais tarde, o período de 1979-1983, sua segunda administração. Tendo em vista o “urbanismo ecológico”, o desenvolvimento urbano se constituiu basicamente de programas (renovação urbana, planejamento, apoio aos pólos econômicos, transporte urbano, saneamento e habitação) destinados a tratar os problemas específicos no contexto da rápida industrialização, beneficiando, sobretudo as regiões metropolitanas criadas em 1973 (PMC, 1992).



Além de cidade modelo, na década de 1970, articulou-se também a imagem síntese de Curitiba como cidade humana, unindo, portanto, planejamento e humanização, ou seja, o discurso sobre o planejamento “fala em nome de uma coletividade ilusória, expressa, com significativa recorrência, na padronização de slogans: grande comunidade humana, cenário de encontro, entre outros” (GARCIA, 1997, p. 29).

Em 1965, ano de criação do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba, foi apresentado à população curitibana o Plano Preliminar de Urbanismo, sancionado como Plano Diretor em 1996. Essa iniciativa fez parte de um amplo projeto de modernização da cidade, quando Curitiba passa a ser divulgada como cidade modelo, que se manteve no decorrer da década de 1980. Segundo Garcia e Ribeiro (1997), o fortalecimento da imagem da cidade modelo serviu para que o poder político se perpetuasse.

Na década de 1990, quando Jaime Lerner assumiu pela terceira vez a Prefeitura de Curitiba, a ideia foi a consolidação da imagem em âmbitos também nacionais e internacionais. A gestão de Lerner encontrou mais uma vez a receptividade entre os demais segmentos sociais. Por que essa imagem conquistou uma ampla adesão social?

Segundo Garcia,

(...) passamos a identificar a imagem sintética de Curitiba como produto de variados investimentos, de variados campos de saber especializados: o planejamento urbano, a arquitetura, a sociologia e, de forma crescente, as ciências da comunicação. (...) De fato, o discurso foi (...) capaz de parece-se às representações que se tinha da realidade urbana; com necessárias adequações entre suas significações e o sistema de representações dos receptores, produzindo ressonância junto àqueles aos quais se dirigiu (GARCIA, 1997, p. 23).

No entanto, a aparente unanimidade em torno da ideia da “cidade que deu certo” pode ser interpretada como imposição que dificulta ou apaga outras leituras da cidade. Concorde-se com Garcia sobre o encobrimento de tendências dominantes da política urbana local na preservação da qualidade de vida de segmentos médios da sociedade, enquanto outras parcelas da população não podiam e não podem participar da mesma forma do consumo.

Curitiba, a capital do Estado do Paraná, foi divulgada pelo *marketing* turístico público como emblema nacional, fabricada da modernidade, no urbanismo. Nos anos 90, assistiu-se a um processo crescente de “curitibanização”, caracterizado pela cristalização da experiência urbanística, bem como pelas diversas tentativas de exportação do modelo da “cidade que deu certo” (GARCIA, 1997, p. 12).

Em 1992, além do título cidade modelo, segundo Oliveira (2001),

(...) Curitiba foi apresentada pela municipalidade (...) como uma verdadeira ‘capital ecológica’. O paradigma da modernidade urbana, que havia norteado o planejamento urbano até então, incluía agora em seu ideário a questão ambiental. No interior de um ambicioso programa municipal, o ‘urbanismo’ transformava-se em ‘urbanismo ecológico’.

Doravante, e definitivamente, o paradigma da modernidade urbana, que havia norteado o planejamento urbano até então, incluiu em seu ideário a questão ambiental. No interior de um ambicioso programa municipal, denominado postulados da escola de urbanismo ecológico, o urbanismo transforma-se em “urbanismo ecológico”. Seria lógico pensar então que os parques e os bosques estão relacionados a estes novos postulados municipais? Acaso teriam sido eles a contrapartida fiel para uma nova política ecológica urbana? (OLIVEIRA, 2005), se poderia questionar.

Curitiba completou 300 anos, em 1993, buscando complementar os serviços indispensáveis no ensino, na saúde, no lazer; é o tempo do ônibus “Ligeirinho” para encurtar distâncias, dos ônibus biarticulados com suas faixas exclusivas, modelo adotado por cidades de outros países, inclusive dos Estados Unidos. É tempo também de reiniciar a relação do homem com o meio ambiente, com programas como “Lixo que não é lixo” e de construir as Ruas da Cidadania (Figuras 13 ), onde funcionam as subprefeituras de Curitiba, entre outros<sup>21</sup> (OLIVEIRA, 2005), tendo em vista manter o título de “capital ecológica”.

---

<sup>21</sup> Faróis do Saber, geração de empregos, da gestão compartilhada com a população e da integração metropolitana.



**Figura 13 – Rua da Cidadania da Regional Matriz. Localiza-se na Praça Rui Barbosa, centro da cidade. A exemplo das demais oferece serviços de segurança, cartão transporte (URBS), carteira de trabalho, COHAB, caixa eletrônico e disponibiliza um mercado com mais de 500 boxes para venda de artesanato e restaurante popular a R\$ 1,00.**

Fonte: IPPUC, 2008.

Além disso, os gestores públicos vendem a ideia de apresentar soluções urbanas inovadoras e de ter uma área verde cerca de quatro vezes maior (o índice de 51 m<sup>2</sup>) de área verde por habitante que a área mínima recomendada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência, a Cultura (UNESCO), que é de 12 m<sup>2</sup> quadrados de área verde por habitante.

No entanto, como observa Oliveira (2001), a partir de 1996 o discurso oficial a destacar a ideia de uma “capital ecológica” já não se sustentava como tal, pois a falta de condições de saneamento básico tornava-se cada vez mais visível, principalmente no entorno da cidade. Então passou a salientar que Curitiba estava “a caminho de uma cidade ambientalmente correta”, que tinha por base o “desenvolvimento sustentável”, que se tornou lema do discurso e ações municipais. Em 2000, Curitiba foi apresentada pela Prefeitura Municipal como “capital social”.

Desse modo, Mendonça (2002, p. 5) destaca que

(...) os dados apresentados (...) e a observação realizada nos últimos anos sobre o ambiente urbano de Curitiba permitem constatar que ela não poderia ser concebida como uma ‘Capital Ecológica’ ou “Capital Social”, pois que não reúne condições necessárias para que lhe seja atribuída titulação tão importante. (...) O ato de nominar “Curitiba Capital Ecológica” é de maneira geral um ato insensato e preocupante, pois se corre o risco de tomá-la como exemplo.

E complementa:

(...) na cidade de Curitiba, embora cerca de 90% da população tenham acesso à água tratada, somente cerca de 60% dos domicílios são servidos pela rede de esgotamento sanitário. Há, portanto, uma expressiva parte da população (cerca de 40%, ou 70.000 pessoas) que lança seus esgotos em fossas, na rede de águas pluviais através de ligações clandestinas ou mesmo diretamente nos cursos hídricos; toda esta ação resulta em degradação da qualidade das águas nos rios e da água subterrânea, e compromete seriamente a qualidade de vida da população (MENDONÇA, 2002, p. 2).

Além disso,

Curitiba também apresenta problemas de poluição do ar. A qualidade do ar nos centros urbanos é determinada por um complexo sistema de fontes emissoras ou poluentes, compostas por veículos automotores (fontes móveis) e pelas indústrias (fontes estacionárias). (VERÍSSIMO; MENDONÇA, s/d.<sup>22</sup> p. 7).

O próprio transporte urbano, que é anunciado como eficiente, não inclui toda verdade, pois a rede de ônibus Ligeirinho e dos Expressos, que são os mais utilizados para convencer que o transporte é bem-

---

<sup>22</sup> Disponível em:

[http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro2/GT/GT12/elisa\\_verissimo.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro2/GT/GT12/elisa_verissimo.pdf), acesso em 13 out. 2009, 14:53:10.

sucedido, cobrem somente uma parte da cidade. As demais são realizadas com linhas de ônibus que vão dos bairros ao centro e vice-versa, que acabam poluindo a atmosfera, de modo a concentrar os registros do Instituto Ambiental do Paraná (IAP) como os mais altos poluentes no ar (MENDONÇA, 2002).

A Secretaria de Segurança Pública do Paraná (SESP PR) divulgou os dados referentes ao segundo trimestre de 2008, do período de 1.º de abril a 30 de junho, onde, em comparação com o mesmo período de 2007, houve um acréscimo de 13% no número de assassinatos na grande Curitiba<sup>23</sup>.

Os crimes de ameaça, de acordo com os dados da Secretaria de Segurança Pública do Paraná *apud* Gazeta do Povo (2008), cresceram 14,2%, saltando de 2.164 ocorrências, no segundo trimestre de 2007, para 2.472 este ano. Os roubos de carros tiveram aumento de 1.520 casos para 1.733, o que resulta em um aumento de 4,19%. Os roubos aumentaram 10,5%: de 3.371 para 3.728 casos. Somente dois quesitos registraram queda - lesão, que registrou casos, com diminuição de 8,6% e furtos, que passou de 9.199 casos para 8.290, registrando baixa de 10,9%. Em todo o Paraná, de todos os itens analisados, dois registraram aumento de casos: homicídios dolosos (de 668 casos para 678) e crime de ameaça (de 10.899 casos para 11.572 casos). O número de casos de lesão corporal caiu de 5.506 para 5.231, furtos, de 26.374 para 24.211, roubos, de 7.013 para 6.899, roubos de carros de 841 para 800 e furto de carros de 1.654 para 1.637.

Por outro lado, com relação à pobreza, as políticas do governo implantadas nos últimos quatro anos data base de 9 de novembro de 2007, segundo o IPARDES (2007), levaram o Paraná a ser o segundo estado brasileiro com o menor número de pessoas em situação de miséria do país (o primeiro é Santa Catarina).

Segundo José Moraes Neto, presidente do IPARDES,

A diminuição da pobreza no Paraná comprova que o compromisso assumido neste Governo com políticas públicas voltadas aos mais pobres tem se concretizado numa melhoria expressiva na condição de vida dos paranaenses. Isto demonstra

---

<sup>23</sup> GAZETA DO POVO. Relatório divulgado pela SESP-PR, no entanto, mostra redução no número de mortes violentas, em comparação com os primeiros três meses do ano. Disponível em: <http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=791900&tit=29 jul. 2008, acesso em 12 out. 2008, 22:21:10.>

que o Estado está trilhando por rumos certos. Nos próximos anos, a tendência é de que os indicadores sócio-econômicos do Estado continuem evoluindo positivamente na busca de uma sociedade menos desigual (IPARDES, 2008).

No Paraná, o índice de famílias com renda familiar per capita inferior a R\$ 125,00 por mês diminuiu de 15,69%, em 2002, para 9,79% em 2006, com base nos dados da pesquisa “Miséria, Desigualdade e Políticas de Renda”, da Fundação Getúlio Vargas. O primeiro menor índice é o de Santa Catarina, que de acordo com estudo da FVG (2007)<sup>24</sup>, em 2006, tinha 4,7% de famílias nesta mesma situação (IPARDES, 2007, p. 1).

Embora outras gestões tenham administrado a Prefeitura Municipal de Curitiba, da década de 1980 aos dias de hoje, o mito da cidade modelo permanece e assim se apresenta aos turistas que visitam a cidade. A população local, que muitas vezes se sente privilegiada por viver num lugar planejado, apoia, embora muitas vezes não fizesse parte do espetáculo principal, ou seja, não se apropria de seus benefícios (GARCIA, 1997). Mas ela pode passar a interpretar outras Curitiba, questionar a Curitiba atual e desafiar-se a viver uma Curitiba que lhe permita viver um papel principal na cena da cidade.

### 3.4 A ÁREA CENTRAL CURITIBANA: REFUNCIONALIZAÇÕES E REVITALIZAÇÕES PARA ATIVIDADES DE LAZER E TURISMO

O turismo é, em sua essência, uma prática social que tem no espaço geográfico seu principal objeto de consumo. Assim, ao se apropriar de locais - sejam rurais, naturais ou urbanos, as atividades de turismo promovem a (re) organização desses locais e geram diferentes fluxos, dentre eles os de pessoas, capitais, mercadorias e informações.

Os gestores públicos da cidade de Curitiba vendem ao turista um estilo de vida singular, com ambientes em mudança exaltando uma vida urbana buscada pela classe média. Se “a linguagem turística confunde cidadão com consumidor e cidade com mercado”, Curitiba, além de ser uma cidade, é oferecida como mercadoria, “algo para ser anunciado e

---

<sup>24</sup> FGV, 2007 *apud* IPARDES, 2007.

vendido para a população, como qualquer outro produto do mercado” (GARCIA, 1997, p. 88).

Para acolher famílias de executivos pertencentes a frações empresariais das grandes cidades, turistas internacionais e nacionais, a cidade curitibana apresenta uma extensa rede hoteleira na área central. (Figura 14).



**Figura 14 – Localização dos principais hotéis na área central de Curitiba, muitos são de categoria internacional. O turista pode escolher um dos 30 hotéis de três a cinco estrelas, além de outros serviços públicos, em 3 km de extensão e a 15 km do Aeroporto Internacional**  
 Fonte: CONOSUR, 2009.



A hospedagem em hotéis se manteve com pequenas oscilações nos últimos anos, totalizando 211.525 hóspedes em 2005, com maiores picos nos meses de janeiro, julho, outubro (por provável associação com as festas catarinenses) e dezembro. A taxa de ocupação decresceu de 41,7%, em 1997, para 36,3%, em 2005, por certo em razão do crescimento significativo da infraestrutura hoteleira (TURISMO, 2007).

O canal oficial de informações sobre a cidade, “Curitiba em Dados” (IPPUC, 2007), disponibiliza indicadores que mostram crescimento do fluxo de turistas em geral na cidade, de 1.053.939, em 2000, para 2.380.635 turistas em 2007 (Tabela 1)

**Tabela 1 – Evolução de fluxos de turistas em Curitiba**

<b>Variável</b>	<b>Ano (s)</b>							
<b>Estimativa do Fluxo</b>	2000	2001*	2002*	2003*	2004*	2005*	2006e	2007e
	1.053.939	1.418.838	1.437.053	1.663.784	1.881.873	1.986.150	2.201.295	2.380.635

\* – Fonte: SETU/PR

*e* – Estimativa do Fluxo de Turistas em Curitiba, sendo utilizado o método estatístico Regressão Linear, com base nos dados da SETU/PR dos anos de 2000 a 2005.

Conforme estudo da EMBRATUR *apud* Revista dos Eventos (2008)<sup>25</sup>, sobre a Demanda Turística Internacional, Curitiba ocupa o terceiro lugar entre as cidades mais visitadas por turistas de negócios, atrás de São Paulo e Rio de Janeiro e ocupa o oitavo lugar no *ranking* mundial da *International Congress & Convention Association* (ICCA), se firmando como uma das cidades mais competitivas do Brasil para o turismo de eventos e turismo de negócios. Em 2007, Curitiba recebeu cerca de 150 mil visitantes para eventos captados pela entidade e outros 222 mil em eventos com seu apoio, somando 372 mil visitantes que estiveram na cidade em eventos técnicos e científicos com a participação (CCVB, 2007).<sup>26</sup>

O Instituto Municipal de Turismo (2008)<sup>27</sup> admite o aumento do fluxo de turistas em 26,5% nos anos de 2004 a 2007. Neste ano, 2.380.635 visitaram a cidade, 498.762 mais que em 2004, que recebeu 1.881.873 turistas.

O número de eventos realizados no **Espaço Estação**, desde sua abertura em 2004, cresce a uma média de 26,65% ao ano. Até o final de julho de 2008, haviam ocorrido 213 eventos no espaço, o que representa 89,87% da programação total do centro de convenções em 2007. De acordo com Swinka (2008, p.1)<sup>28</sup>,

(...) as expectativas para os próximos anos são as melhores possíveis, ao passo que tão bom momento da cidade para os eventos também traz grandes responsabilidades. Nossa meta é continuar oferecendo a melhor estrutura para receber os maiores eventos em Curitiba, com qualidade e eficiência.

---

<sup>25</sup> Disponível em [http://www.revistafator.com.br/ver\\_noticia.php?not=54190](http://www.revistafator.com.br/ver_noticia.php?not=54190), acesso em 8 out. 2008.

<sup>26</sup> O Curitiba *Convention Visitors Bureau* (CCVB) é uma entidade sem fins lucrativos mantida pela iniciativa privada para auxiliar o desenvolvimento turístico integrado da capital paranaense. Seu principal objetivo é a geração de negócios por meio da divulgação do destino Curitiba e da atividade turística da cidade, a lazer ou a negócios, através do aumento do número de visitantes e do tempo de estadia, apoiando iniciativas governamentais e desenvolvendo projetos conjuntos com órgãos públicos de turismo municipal e estadual, a fim de dar suporte operacional a entidades ou empresas que queiram realizar seus eventos em Curitiba.

<sup>27</sup> PARANÁ online. Turismo em Curitiba cresceu 26,5% em três anos. Disponível em <http://www.parana-online.com.br/editoria/cidades/news/295031/>, acesso em 28 fev. 2009.

<sup>28</sup> Disponível em [http://www.bj.inf.br/conteudo\\_visualiza.php?contcod=15986#>](http://www.bj.inf.br/conteudo_visualiza.php?contcod=15986#>) de 30 jul. 2008, acesso em 5 ago. 2008, 23:22:10.

Desde a sua inauguração, em 2004, foram realizados 23 eventos internacionais de grande porte. O **Espaço Estação** é endereço permanente de 12 eventos anuais, como o Salão Paranaense de Turismo, Veja Melhores da Cidade, Feira de Imóveis, Salão Noiva Sul, JOPEF Brasil, *Fashion Hair*, entre outros.

Como observa Garcia (1997), os turistas chegam à cidade sabendo o que querem ver, “informados” pela mídia quanto aos seus produtos turísticos. Pela Linha Turismo e pela divulgação de outros roteiros, os turistas podem conhecer parques, praças, ruas, teatros, edifícios que passam periodicamente por processos de refuncionalizações, tendo em vista seu atendimento e a divulgação da imagem de Curitiba como Cidade Espetáculo. A cidade dispõe de espaços para congressos, seminários, exposições, workshops, eventos populares e shows musicais, reforma prédios, ruas, largos e praças, e divulga locais histórico-turísticos para visitação, como se pode apreender dos próximos parágrafos.

O *marketing* propala pela m dia um discurso de cidade boa para investimentos e participa o de eventos, entre outros, atraindo segmentos empresariais e turistas culturais, além daqueles turistas que querem conhecer a cidade porque ouviram dizer que é uma cidade linda, uma cidade espetáculo.

A revitaliza o da área central é de fundamental importância tanto para o turismo de negócios quanto para o de eventos. Em consequência, a sociedade organizada e os empresários se beneficiam com o crescimento da riqueza, pois o turismo gera empregos e novos negócios.

### 3.4.1 Locais para eventos e *shows* musicais

Os turistas têm a sua disposi o, além do Espaço Esta o, o *ExpoTrade*, Centro de Conven es de Curitiba, Marumby Expo Center, Centro Integrado dos Empresários e Trabalhadores das Indústrias do Paraná (CIETEP), Pavilhão de Exposi es do Barigui, Centro de Conven es do *Shopping* Novo Batel, entre outros.

A Prefeitura Municipal e a Funda o Cultural de Curitiba continuaram com os programas de recupera o de espaços culturais, cujo início deu-se em 2005 com investimentos de R\$ 9 milhões. No mesmo ano foram recuperados o Teatro do Pi , o Cine Luz, a Pedreira Paulo Leminski, o Solar do Barão, o Espaço Frans Krajcberg, a Casa da

Memória, o Memorial de Curitiba e a Capela Santa Maria (DIÁRIO POPULAR, 2007).

### 3.4.2 Reforma do Teatro Paiol, reabertura do Teatro Novelas Curitibanas e atualização do Teatro Guaíra

O Teatro Paiol, antigo depósito de pólvora, foi reformado com um investimento de R\$ 300 mil e reaberto em março de 2006, voltando a ser um dos endereços preferidos para se ouvir a música popular, numa programação patrocinada pela Synteko Produtos Químicos.<sup>29</sup>

Inaugurado em 1992, o teatro Novelas Curitibanas transformou-se em ícone cultural da cidade depois de abrigar, por quatro anos, a peça "O Vampiro e a Polaquinha", baseada na obra de Dalton Trevisan<sup>30</sup>. A Fundação Cultural de Curitiba o reabriu em setembro de 2006. Realizada com recursos do Fundo Municipal da Cultura, a obra representou um investimento de R\$ 520 mil do Programa de Recuperação de Espaços Culturais. A sua reabertura foi acompanhada por um projeto de utilização que prevê uma programação artística permanente. Pelo Fundo Municipal da Cultura, foi lançado o edital público para conceder apoio financeiro a produções teatrais.<sup>31</sup>

O complexo Teatro Guaíra, fundado em 1954, oferece espetáculos o ano todo, ocupando uma quadra central da cidade com três

---

<sup>29</sup> Toda a infraestrutura do teatro foi reformada, com obras no telhado, piso, reforma no forro, revestimento e isolamento térmico e acústico. O teatro ganhou um novo palco e as poltronas foram substituídas. Tanto os banheiros como os camarins foram reformados e a parte elétrica foi refeita. O paisagismo da Praça Guido Viaro, onde se localiza o Paiol, também foi refeito pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente, com o apoio da Movax (DIÁRIO POPULAR, 2007).

<sup>30</sup> Dalton Trevisan nasceu em Curitiba-PR, em 14 de junho de 1925. Esteve à frente do Grupo literário que publicou em 1946-1948, a revista Joaquim (lembrando os Joaquins do Brasil). Conquistou o público com o livro *Novelas nada exemplares*, que apresenta a produção de duas décadas, sendo recompensado pelo prêmio Jabuti. O livro *Cemitério de elefantes* recebeu o prêmio Jabuti e também o Prêmio Fernando Chinaglia, da União Brasileira dos Escritores. Sua dedicação é quase total aos contos, com exceção do romance *A Polaquinha*, de modo a tornar-se um especialista da área. Em 2003, com Bernardo Carvalho, dividiu o prêmio literário maior, o Primeiro Prêmio Portugal Telecom de Literatura Brasileira, com o livro *Pico na veia* (RECORD. Dalton Trevisan. Disponível em [http://www.record.com.br/autor\\_sobre.asp?id\\_autor=2010](http://www.record.com.br/autor_sobre.asp?id_autor=2010), acesso em 2 mar. 2009, 18:30:20.

<sup>31</sup> Diário Popular, 2007. Importantes espaços culturais foram recuperados em 2006. Disponível em <http://www.portaldovoluntario.org.br/site/pagina.php?idclipping=30804&idmenu=71>, acesso em 15 ago. 2008, 21:21:10.

auditórios de tamanhos distintos, sendo dois pequenos e um grande, que comporta 2173 lugares. É atualmente administrado pela Fundação Teatro Guaíra, responsável pela programação. Este é o maior da América Latina.

Em 2006, outros locais culturais da cidade curitibana foram refuncionalizados, tendo em vista melhorar a imagem da cidade e, como resultado, o fluxo turístico. Nesse ano fizeram parte do programa de refuncionalização, entre outros, o antigo Centro Cultural Maria Fumaça, que se transformou na Casa da Leitura, no Parque Barigui.<sup>32</sup> Segundo Viapiana, presidente da Fundação Cultural de Curitiba (FCC) (2006),<sup>33</sup> o novo local pode ser utilizado para cursos, seminários e conferências, voltados aos agentes multiplicadores e incentivadores, como é o caso dos professores da rede municipal de ensino, dos contadores de histórias, dos arte-educadores e voluntários, além de mediar ações entre estudantes e a comunidade (DIÁRIO POPULAR, 2007, p. 1)<sup>34</sup>.

A própria Fundação Cultural sofreu “reformas” em sua estrutura física, com a mudança da sede da instituição para o Moinho Rebouças, um local maior e apresentado pela Fundação como mais adequado ao trabalho dos funcionários. (Figura 15).

---

<sup>32</sup> A Casa da Leitura têm um acervo rotativo de obras, teses e pesquisas e um acervo de obras literárias que serve de fonte para as ações educativas desenvolvidas na casa, bem como um local disponível ao público que quiser fazer do local um recanto de leitura. Também são emprestados jornais, revistas e cadeiras para leitura no parque. O imóvel, de 80 metros quadrados, foi todo revitalizado. Foram trocados piso, cobertura, vidros, portas, esquadrias, janelas, aparelhos e metais sanitários e hidráulicos, revestimento de forros e paredes. A casa ganhou nova pintura e nova calçada externa. A obra custou R\$ 58 mil. A Casa da Leitura tem o apoio do Grupo Positivo, Livrarias Curitiba, ClearChannel e jornal literário Rascunho (DIÁRIO POPULAR, 2007).

<sup>33</sup> FCC – Fundação Cultural de Curitiba. **Importantes espaços culturais da cidade foram recuperados em 2006.** Disponível em <http://www.fccdigital.com.br/>, acesso em 20 fev. 2008.

<sup>34</sup> Diário Popular, 2007. Importantes espaços culturais foram recuperados em 2006. Disponível em <http://www.portaldovoluntario.org.br/site/pagina.php?idclipping=30804&idmenu=71>, acesso em 3 ago. 2008, 23:22:10.



**Figura 15 – Vista panorâmica do antigo prédio do Moinho Rebouças, atual sede da Fundação Cultural de Curitiba. Localiza-se à Rua Engenheiros Rebouças, no bairro Rebouças, próximo ao *Espaço Estação*. O prédio foi construído por ingleses, na década de 1930, para produção de farinha de trigo, farelo e biscoitos. Sofreu um incêndio em 1942 e só voltou a funcionar depois de se tornar sede da Fundação Cultural, em 2001, como parte do projeto de refuncionalização do bairro. O espaço foi doado ao município mediante leis de incentivo à preservação do patrimônio histórico da cidade. O bairro recebeu esse nome em homenagem aos engenheiros, irmãos Antônio e André Rebouças, que no final do século XIX chegaram ao Paraná para construir a estrada de ferro Curitiba-Paraná, em atividade até os dias de hoje. (GAZETA DO POVO, 2006. p. 1)**

Fonte: IPPUCNET, 2008.

### **3.4.3 Reforma da Ópera de Arame e do Centro de Criatividade do Parque São Lourenço**

A Ópera de Arame passou pela primeira grande reforma de sua história, em 2006 num investimento de R\$ 1,4 milhões. Foram realizadas a recuperação da estrutura metálica e a readequação das

saídas de emergência. As estruturas metálicas corroídas pela ferrugem foram substituídas.<sup>35</sup>

O Centro de Criatividade de Curitiba, no Parque São Lourenço, no início de 2006, teve suas reformas concluídas no telhado e no piso do espaço cultural. Também foram iniciadas as obras de construção dos novos banheiros, adaptados para portadores de necessidades especiais, no prédio principal do Centro.

### **3.4.4 Inauguração do Canal da Música e refuncionalização do Paço da Liberdade**

Em 1998, foi inaugurado na cidade o “Canal da Música” num antigo prédio ocupado por uma emissora de televisão. É um espaço para atender a mais de mil espectadores e um auditório com moderno sistema de isolamento acústico idêntico ao utilizado no Conservatório de Paris, (VEJA, ed. 1541, 1998).

Em 2006, a Fundação Cultural de Curitiba e o Clube de Criação do Paraná, entidades sem fins lucrativos que congregam profissionais de propaganda e promoção do Estado, firmaram termo de cooperação para auxiliar na refuncionalização do espaço, aproximando o mercado publicitário da produção artística curitibana. Ela também teve participação na administração do Paço da Liberdade. O prédio foi reformado pelo Serviço Social do Comércio (SESC), que integra o sistema Federação do Comércio do Estado do Paraná (FECOMÉRCIO). Pelo convênio, o SESC investiu aproximadamente R\$ 7 milhões na restauração. (Figura 16).

---

<sup>35</sup> Também foram feitas a troca de vários pilares de sustentação, a reforma de arcos, vigas e colunas e a manutenção da passarela. A cobertura, feita em policarbonato, também passou por reformas pontuais e foi realizada a lavagem de toda a estrutura metálica. Também foi feita uma nova pintura. Na área de segurança, foram abertas novas portas de emergência e ampliadas às dimensões das escadas de acesso ao segundo andar, atendendo às novas normas do Corpo de Bombeiros. Outra medida de segurança foi a implantação de guarda-corpos nos camarotes, para aumentar a proteção do público.





**Figura 16 – Vista parcial lateral do Paço da Liberdade, fotografado em 2008, enquanto estava sendo reformado. Em 1870, neste local havia um mercado municipal onde os feirantes vendiam produtos a partir dos sítios próximos. Em 1913, o prefeito Cândido de Abreu incentivou a mudança da feira para a Praça 19 de Dezembro, para erguer ali a sede do governo. O Paço Municipal foi inaugurado em 1916 como sede da Prefeitura Municipal de Curitiba. Em 1948, o edifício passou a ter a denominação de Paço da Liberdade, depois de uma fase de cerceamento de poderes legislativo e executivo municipais, para denotar os novos ares democráticos (SESC, 2009, p. 53). Em 1969, sofreu reformas para abrigar o Museu Paranaense, o que ocorreu desde 1974. A partir de dezembro de 2002, ocupa uma nova sede, no Palácio São Francisco, próximo das Ruínas de São Francisco.**

Fonte: PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2008.

Nesse local promovem-se atividades artísticas e culturais, desenvolvidas em conjunto pelo SESC e pela Prefeitura, por meio da Fundação Cultural de Curitiba. Novo calçamento (Figura 17) e reestruturação do chafariz fizeram parte das mudanças.



**Figura 17 – Vista parcial frontal do Paço da Liberdade, fotografado em 2008. Em 29 de março de 2009, depois de dois anos de reformas, foi reinaugurado e passou a ser gerenciado pelo SESC/PR. Segundo seu núcleo de comunicação e marketing, o Paço tornou-se centro de ações culturais e educacionais, com o objetivo de apresentar à cidade novos formatos de produção e consumo cultural, preencher vazios da programação local e oferecer serviços que contribuem com a formação de uma sociedade com pensamento crítico. Os visitantes podem contar com novas mídias e suportes tecnológicos, palestras, música filmes gratuitos, uso da biblioteca, materiais de pesquisa, livrarias, entre outros. (SESC, 2009)**

Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba, 2008.

### **3.4.5 Refuncionalização/Revitalização da Praça Tiradentes**

O primeiro nome da Praça Tiradentes (Foto 18) foi Largo da Matriz, até que por ocasião da visita do imperador, em 1880, passou a se chamar Largo Dom Pedro II. Com o regime republicano recebeu o nome de Praça Tiradentes, em 1889.

Na sua refuncionalização, houve recuperação do calçamento de *petit-pavé*, anteriormente com base de concreto, foram elevadas para

evitar rachaduras provocadas pelas raízes das árvores, além de propiciar a circulação de cadeirantes e pessoas com problemas de locomoção; os visitantes têm a oportunidade de conhecer também um conjunto arquitetônico, que, de acordo com arqueólogos da UFPR, especialmente o professor Igor Chmyz, são da segunda metade do século XIX. Para valorizar os achados arqueológicos, o projeto original foi adaptado com a colocação de um piso de vidro de alta resistência que possibilita aos visitantes transitar por cima e observar de perto a calçada histórica do século passado (Figura 19), e uma iluminação especial foi colocada dentro do vidro para destacar os achados arqueológicos.



**Figura 18 – Vista aérea da Praça Tiradentes, fotografada em 1943. A praça conta a história de como foi o centro do qual se difundiu a povoação de Curitiba. Nos primeiros tempos de sua existência, Foi erguida uma capela sob a invocação de Nossa Senhora da Luz, em uma das laterais da praça, em cujos altares foram colocadas as imagens do Senhor Bom Jesus dos Pinhais e de Nossa Senhora de Guadalupe. Aos 29 de março de 1693, o povo se reuniu na capela para eleger suas autoridades. No local foram instaladas estátuas de personagens históricos e junto ao monólito histórico, com a Cruz de Cristo, junto do qual está o Marco Zero da cidade. (WACHOVICZ, 2002)**

Fonte: Casa da Memória e Prefeitura Municipal de Curitiba, 2008.



**Figura 19 – Vista parcial da Praça Tiradentes, com detalhe de calçada histórica, fotografada em 2008. Na realização das obras na Praça Tiradentes foi encontrado uma calçada, que os arqueólogos acreditam ser da segunda metade do século XIX, e objetos como faca, cartucho, cerâmica, vestígios dos primeiros moradores de Curitiba. Sobre a calçada foi colocada um piso de vidro laminado de 119 m2 para visitação turística.**

Fonte: WIKIPEDIA, 2009.



### 3.4.6 Refuncionalização/Revitalização do *Shopping Mueller*

Em 1878, Curitiba contava com apenas doze ruas e cerca de 300 casas. Na então antiga estrada de Assunguy, hoje esquina das ruas Mateus Leme e Barão de Antonina, foi criada a primeira oficina mecânica e ferraria de Curitiba, que se tornou um complexo industrial denominado Fundação Marumby, a fábrica dos irmãos Mueller. Mais tarde, concretizou-se a ideia de construir um *shopping Center* (Figura 20) em Curitiba, que na época era um desafio.

Mantidas as paredes externas da construção, o prédio foi comprado em 1979. De início, causou estranheza à população local, por reunir num só lugar diversas opções de compras. Aos poucos, os curitibanos foram sendo conquistados pela novidade, não somente mediante a propaganda, mas também por estar situado próximo ao centro onde predominam a classe média e alta.

Em 1983 foi inaugurado o *shopping* e em 1990 o Top Mueller, a terceira das praças de alimentação do Brasil. A ampliação de seu estacionamento se realizou em 2003, com passarela pela Rua Mateus Leme. No ano seguinte foram inauguradas as salas de cinema.



**Figura 20 – Vista parcial do Shopping Mueller, sua frente ainda lembra a antiga fábrica**

Fonte: skyscrapercity.com

### 3.4.7 Refuncionalização/Revitalização de logradouros públicos

Executou-se a refuncionalização de ruas, com a colocação de blocos de concreto, como ocorrem na Rua Riachuelo, entre a Rua XV de Novembro e a Rua Alfredo Brufren, e pela pavimentação, iluminação e drenagem na Rua Marechal Floriano Peixoto.

A construção, em 2006, da quadra de *gateball*<sup>36</sup> na Praça Ouvidor Pardinho, no Rebouças, a primeira praça pública a contar com este esporte, além de oferecer espaços para jogos como o de passar bolas pelos arcos, situados no meio da pista, com tacos específicos.

A revitalização de largos, com reformas de piso, iluminação e ampliação de canteiros, como ocorreu no Largo Baden Powell (Figura 19), situado no cruzamento das avenidas Sete de Setembro e Affonso Camargo com a Rua Mariano Torres, no bairro Rebouças, em homenagem ao fundador do escotismo, o inglês Robert Stephenson Smith Baden-Powell. (Figuras 21 e 22).

---

<sup>36</sup> O *gateball* é um esporte de origem japonesa que chegou ao Brasil na década de 1970.



**Figura 21 – Vista parcial do Largo Baden Powell, localizado no centro de Curitiba, próximo da rodoferroviária. O local estava anteriormente abandonado e a refuncionalização teve como objetivo prestar homenagem aos 100 anos de Escotismo Mundial. Foi inaugurado no dia 23 de fevereiro de 2008.**

Fonte: IPPUCNET, 2008.



**Figura 22 – Vista de escultura em homenagem a Robert Stephenson Smith Baden-Powell (1857-1941). No local, fundou, em 1908, o escotismo, que é considerado meio importante de educação e ensino aos alunos do amor a Pátria e o cuidado com a saúde. Seu objetivo é formar cidadãos zelosos pela moral e que contribuam com o desenvolvimento da nação (NASCIMENTO, 2004). A estátua ergue a pomba transmitindo a Curitiba à mensagem de que todos devem promover a paz.**

Fonte: IPPUCNET, 2008.

### **3.4.8 Outros Locais Turísticos “agregados” à Área Central**

O Centro Histórico de Curitiba disponibiliza para visitação turística, importantes construções da cidade: Largo da Ordem, Casa Romário Martins, Galeria Júlio Moreira, Casa Vermelha, Memorial da Cidade, Igreja da Ordem, Igreja Presbiteriana, Fundação Cultural de Curitiba, Igreja de Nossa Senhora do Rosário, Sociedade Garibaldi, Ruínas de São Francisco, Praça João Cândido, Belvedere, Sociedade Beneficente Protetora dos Operários, Rua José Bonifácio, Catedral



Basílica Menor, Praça José Borges de Macedo, Praça Generoso Marques, o Museu Paranaense, o Museu do Automóvel, o Museu do Chá, Museu Oscar Niemeyer e o Museu Alfredo Andersen, administrados pela Fundação Cultural de Curitiba, órgão que também é responsável pela Feira do Artesanato no Largo da Ordem.

Curitiba ganhou fama no Brasil e no mundo pela propagação que faz de sua “qualidade de vida” proporcionada aos cidadãos pelas inovações, como o sistema integrado de transporte, os equipamentos urbanos turísticos e a implantação gradual de inúmeros parques e áreas verdes. Segundo Fenianos (2003), são 22.234.481 m<sup>2</sup> de áreas verdes. Desse total, 18.407.873 m<sup>2</sup> são compostos por parques e 632.815 m<sup>2</sup> são formados por bosques e os 3.193.793 m<sup>2</sup> restantes são formados por praças. Apresenta 52 m<sup>2</sup> de área verde por habitante.

A atenção da PMC se concretizou em iniciativas como a inauguração do Centro de Convivência Criança Quer Futuro, no bairro Rebouças, voltado ao atendimento de crianças e adolescentes na faixa etária entre 7 e 17 anos que moram na rua; e do Centro de Atenção Psicossocial, localizado na Rua Nunes Machado, entre a Rua Chile e a Rua Conselheiro Dantas, também no Bairro Rebouças, com vagas para pacientes encaminhados pelo Sistema Único de Saúde (SUS), e dá suporte ao Programa de Saúde Mental da Prefeitura em parceria com a ONG Núcleo Terapêutico Menno Simons.

Assim, Curitiba é internacionalmente conhecida por uma urbanização voltada para o capital financeiro enquanto negócio (CARLOS, 2005) e, embora na cidade o turismo esteja associado aos circuitos dos “espaços planejados”, onde o papel do turista é apenas de “apreciar à distância, com atitude reverenciadora ante a cidade planejada, as pessoas ‘vêm para ver’ (BENEVIDES; GARCIA, 1997, p. 73). Também como são tratadas as populações locais.

## 4 O ESPAÇO ESTAÇÃO: DINÂMICAS E REFUNCA- LIZAÇÕES<sup>37</sup>

Este capítulo aborda possíveis conexões entre as refuncionalizações realizadas na área central da cidade e a inserção do **Espaço Estação**. Analisam-se também como as transformações realizadas na infraestrutura da região central, para se tornar uma das influências expressivas de atividades de lazer e turismo, se beneficia da positividade da imagem de Curitiba, criada na década de 1970 e solidificada na década de 1990 como uma “cidade que deu certo”. E como além de se beneficiar, a recicla, a reinterpreta de modo a reconstruir um consenso estimulador entre seus habitantes sobre a importância do turismo.

### 4.1 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO ONDE O ESPAÇO ESTAÇÃO SE INSERE

O **Espaço Estação** localiza-se no bairro Rebouças, à Avenida Sete de Setembro, 2775, no centro da cidade de Curitiba (Figura 23). Ergue-se ao lado do *Shopping Estação*, inaugurado em 1997, que por sua vez situa-se junto do *Estação Embratel Convention Center*, inaugurado em 2004. Nesta pesquisa denomina-se a este conjunto de **Espaço Estação**.

---

<sup>37</sup> As refuncionalizações aqui serão tratadas, de certo modo, na perspectiva que também podem ser identificados por Revitalizações, quando assim for possível.



**Figura 23 – Panorâmica frontal do Museu ferroviário que abriga a antiga estação de trem de Curitiba, inaugurada em 1885 com a finalidade de servir à linha Curitiba-Paranaguá. A linha continuou em 1891, para alcançar Ponta Grossa em 1894, e depois o restante do Paraná. Em 1909, foi inaugurada a sua ligação com as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, mediante a junção do ramal de Itararé, da Sorocabana e da linha Itararé-Uruguaí, na estação São Pedro do Itararé. No ano seguinte, por Marcelino Ramos-SC, seria possível também se viajar de Curitiba a Porto Alegre de trem. (GIESBRECHT, 2007).**

Fonte: CURITIBA CITY PHOTOS, 2007.

O principal acesso do *shopping* (Figura 24) está localizado no interior da antiga estação ferroviária, tombada em 1976 pelo Conselho Estadual de Patrimônio Histórico. Em seu projeto, manteve-se a concepção original da antiga construção, que se uniu às novas concepções, principalmente no que se refere à iluminação natural e aos jardins. Ao ingressarem no *shopping* os turistas têm acesso às lojas, ao entretenimento, à cultura (museus, teatro, estação natureza) e aos eventos (no *Estação Embratel Convention Center*). Torna-se, pois, oportuna a contextualização desse conjunto denominado **Espaço Estação**.



**Figura 24 – Vista panorâmica do Espaço Estação, parte moderna, esquinas das Avenidas Sete de Setembro e Marechal Floriano Peixoto.**

Fonte: NOVO MILÊNIO, 2007.

#### **4.1.1 Retrospectiva e transformações socioespaciais**

A estação ferroviária foi projetada, desde 1880, em terreno concedido pela Câmara Municipal, afastado do centro consolidado. Com a chegada de grande número de imigrantes, desde 1870, que se instalaram no entorno do centro, tornou-se necessário um plano de expansão. O engenheiro Ernesto Guaita elaborou o projeto de urbanização em 1885.

A estação de trem da capital paranaense, da qual surgiu o **Espaço Estação**, foi inaugurada em 1885 para servir à linha Curitiba-Paranaguá (Porto). Manteve-se totalmente ativa até 13 de novembro de 1972, dia em que foi inaugurada a estação de Curitiba-Nova ou Rodoferroviária. Esta possibilitou que até os anos 80 partissem trens de carga e/ou turísticos com destino às cidades da Lapa-PR e de Ponta-Grossa-PR. Na década de 1990, os trilhos foram retirados do local (GIESBRECHT, 2004).

No entorno da estação ferroviária, atualmente ao lado do Estádio Durival de Britto e Silva, foram construídas casas de madeira para os trabalhadores ferroviários, pela Companhia Geral de Estradas de Ferro, concedidas pelo pagamento de uma taxa de manutenção. Cabe observar

que Estação ferroviária e bairro Rebouças têm sua história de desenvolvimento conjunto (DUDEQUE, 1995).

A inauguração da antiga estação de trem e da estrada de ferro Curitiba-Paranaguá influenciou na mudança dos hábitos dos moradores da Província, instalada com Zacarias de Góis e Vasconcelos em 1853. A estação passou a integrar o litoral e o interior, proporcionando maior desenvolvimento econômico ao Estado, pela movimentação de cargas de mate, madeira e animais (ROCHA, 2002).

Próximo da estação, o Largo da Estação ou Praça Eufrásio Correia, como é hoje conhecida, tornou-se um polo dinamizador da cidade. Seus arredores receberam instalações industriais e de comércio exterior. Segundo Arantes *et al.* (1985), as primeiras indústrias a chegarem à área foram as de erva-mate, que, na época, constituía o principal produto de exportação do Paraná. Chegaram também as fábricas de barricas, para o acondicionamento da erva-mate, as de cerveja, sabão, fósforos, os moinhos e armazéns.

As atividades econômicas e o movimento de passageiros intensificaram a mobilização na área, de tal modo que a Praça Eufrásio Correia tornou-se um dos principais pontos de encontro da cidade. E no final do século XIX, com 11.500m<sup>2</sup>, tornava-se o novo centro político e comercial da cidade ao se construir a Assembleia Provincial, no lado oposto à Estação Ferroviária.

O município concedeu licença municipal para que se instalassem na praça e nos arredores atividades comerciais como quiosques, restaurantes e bilhares, mas foram os hotéis os principais edifícios comerciais a se inserirem no local; muitos deles pertenciam a italianos e a alemães que ofereciam hospedagem aos imigrantes, políticos e comerciantes. Dentre os hotéis, podem ser citados o Johnscher, o Brotto, o Delmira dos Santos, O Paraná, o Rio Branco, o Roma e o Tassi (ARANTES *et al.*, 1985).

Em 1903, a Praça Eufrásio Correia recebeu melhoramentos em preparação a uma exposição de produtos naturais, industriais, agrícolas e pastoris, que teve a participação de diversos municípios. O objetivo era prestar uma homenagem ao cinquentenário de emancipação política do Paraná, comemorado no dia 19 de dezembro (THIESSE, 1999).

Em 13 de novembro de 1972, a antiga Estação de Trem recebeu como homenagem das festividades do Centenário da Ferrovia o título de Museu Ferroviário, sendo desativada. Somente alguns trens de produtos inflamáveis operavam semanalmente (ROCHA, 2002). E uma parte do terreno da antiga estação de trem (Figura 25) se transformou em

banhado enquanto a outra parte se tornou um campo de futebol, pouco utilizado, local que se tornou propício ao pernoite ou estadia de pessoas desabrigadas que circulavam entre o Museu Ferroviário, a Praça Eufrásio Correia<sup>38</sup> e a nova Rodoferroviária, “um espaço desocupado, com potencial de degradação”, cujo abandono poderia causar “efeitos negativos ao entorno” (YAMAWAKI, 2008, p. 22).



**Figura 25 – Vista aérea do local onde funciona a Estação Ferroviária, desativada na década de 1990**

Fonte: Associação Brasileira de Preservação Ferroviária (ABPF)

Assim, a Praça Eufrásio Correia perdeu boa parte do seu dinamismo, uma vez que o centro comercial se deslocou para outros pontos da cidade, inclusive, para as imediações da nova Rodoferroviária. Mas sobreviveram os edifícios

---

<sup>38</sup> Entrevista realizada com Orlando C. da Rocha, monitor do museu ferroviário, em 9 de junho de 2007.



(...) que balizavam seus limites: a Casa Emílio Romani, a oeste; a antiga Estação Ferroviária ao sul. Desapareceram os quiosques metálicos, onde se vendiam refrescos, rapaduras e passarinhos, mas permaneceu o chafariz de ferro importado da França (Figura 26). E ganhou, como um dos principais atrativos, ‘o Semeador’ (Figura 27), a mais bela das esculturas do artista paranaense Zacco Paraná, presente oferecido em 1922 à cidade pela colônia polonesa. Na vegetação sobressaem os plátanos que no outono, quando sua folhagem ganha os diversos tons do marrom e do castanho, contribuem para conferir-lhe o título de mais bonita praça da cidade. (ARANTES *et al.*, 1985, p. 178).



**Figura 26 – Vista parcial do chafariz de ferro importado da França**

Fonte: Arquivo da autora, 2007.



**Figura 27 – Vista da estátua O Semeador. Uma das esculturas mais belas do artista Zacco Paraná, que ofereceu como presente em 1922 a Curitiba pela colônia polonesa. Em seus arredores podem ser observados plátanos. O local é visitado pelos turistas que ao saírem do Espaço Estação descansam antes de entrarem nos tubos à espera dos ônibus. (Arantes *et al.*, 1985)**

Fonte: Arquivo da autora, 2007

Após ser desativado como estação, o local da antiga ferroviária aguardou nova construção. Depois de 25 anos, em 1997, empresários do setor de *shoppings*, em consequência de uma visita a *shoppings* nos Estados Unidos, resolveram implantar em Curitiba a mesma tendência de concepção de espaço da cidade que viram lá fora e que dava bons retornos financeiros nas cidades americanas. Como resultado, construíram o *Shopping Estação Plaza* (Figura 28), centro temático de lazer com opção de compras. Observe-se que na década de 1990, uma das imagens sínteses de Curitiba era da “cidade humana”, construída



ainda na década de 1970, que foi se naturalizando entre a população e que se manifesta no centro de lazer com opção de compras, um discurso atraente que tenta apagar “as profundas diferenças sociais e espaciais que caracterizam a metrópole” (GARCIA, 1997, p. 30).



**Figura 28 – Vista Panorâmica do Shopping “Estação Plaza Show”<sup>39</sup>**

Fonte: VEJA, 2006

Segundo Krigsner<sup>40</sup> (2003), aquele projeto não foi bem-sucedido, pois tinha problemas arquitetônicos, consequentes da exposição ao tempo por longo período anual, e pela eleição do lazer<sup>41</sup> como atividade âncora do *Shopping*, que, em si, não garantiu a sobrevivência.

<sup>39</sup> Os empresários aceitaram respeitar sua arquitetura original. Focalizaram a atenção no entretenimento. Cada pessoa pagava R\$ 3,00 para entrar no espaço, o que atraía, inclusive, as pessoas menos favorecidas. No entanto, precisavam pagar outros valores no interior do espaço para ter direito a outras opções, como pista de gelo para patinação. Além disso, pelo fato de a segurança não conseguir controlar adequadamente o movimento de entradas e saídas, alguns se aproveitavam da situação entrando sem pagar enquanto muitos passavam a ser impedidos de entrar. Com a falta de segurança e de organização, entre outros aspectos, a presença dos frequentadores diminuiu e o empreendimento fracassou (ROCHA, 2002).

<sup>40</sup> Miguel Krigsner, fundador do Grupo O Boticário.

<sup>41</sup> O lazer a que Krigsner se refere é aquele espontâneo, em que as pessoas vão aos *shoppings* sem atender necessariamente a apelos específicos da mídia para a prática do turismo.

Apesar de não ter obtido êxito, desencadeou uma sucessiva ordem de projetos. Segundo Jardim Neto (2009), em 2000, recebeu um segundo piso de lojas e tornou-se *Pollo Shop*, ao substituir o antigo foco em lazer pelo foco em descontos. No entanto, como existem no Brasil inúmeras lojas que vendem mercadorias sem marcas conhecidas, portanto, com preços baixos, poucos *shoppings* do tipo *outlet* (mercadorias de marcas conhecidas com descontos) conseguem se manter no mercado. Sendo assim, a empresa foi transformada em um *shopping* regional e renomeado como *Shopping Estação*. No mesmo terreno ergueu-se o *Estação Embratel Convention Center*, inaugurado após alguns meses.

Quando o Grupo K&G, controlador da rede O Boticário assumiu o empreendimento das novas edificações, em 2001, segundo Krigsner (2003)<sup>42</sup>, que relata uma pesquisa de mercado anterior, houve a necessidade de um Centro de Convenções, pois o existente, também em posicionamento central, atendia somente a alguns tipos de eventos, e o Parque Barigui acolhia feiras somente até um determinado porte. As outras instalações (*ExpoTrade*<sup>43</sup>, Ópera de Arame<sup>44</sup>, etc.) tinham problemas de ordem logística, por se localizarem distante do centro da cidade e por não possuírem infraestrutura para atender a convenções e congressos de maior magnitude.

O novo projeto partiu para a reforma do centro de compras e complementações, que ampliaram a capacidade de atendimento para até cinco mil pessoas nos eventos. O prédio, no qual se localizavam as

---

<sup>42</sup> Segundo Miguel Krigsner, (...) levou para lá um Teatro de Bonecos, sua paixão de infância. Também montou uma Estação Natureza, exposição interativa da Fundação O Boticário de Proteção à Natureza que trata da biodiversidade brasileira. O *shopping* também ganhou um Museu do Perfume, que conta cinco mil anos da história da perfumaria e contém parte do acervo do empresário.

Nos últimos anos, Miguel Krigsner dedicou boa parte de seu tempo de trabalho ao shopping, que tem 214 lojas. Para colocá-lo em funcionamento, o empresário informou que investiu R\$ 140 milhões. Ele costuma dizer que comprou o local quando estava prestes a fechar as portas, em 2000. O Estação Embratel *Convention Center*, equipado em parceria com a empresa de telecomunicações (EMBRATEL), abriu as portas em março de 2004 e, sozinho, teria custado R\$ 73 milhões. Ele possui três andares e 25 mil metros quadrados de área construída. O empresário, que possui participações em outros empreendimentos comerciais do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, admitia que, mesmo com tanta dedicação, não esperava que o faturamento do shopping ultrapassasse 10% do total previsto para o grupo até 2012. Em dezembro, a empresa informou que esperava fechar o ano com crescimento de 13% sobre os R\$ 650 milhões faturados em 2005 (JORNAL VALOR; disponível em [www.globalresearch.com.br](http://www.globalresearch.com.br)).

<sup>43</sup> Centro de Convenções *ExpoTrade* e Centro de Exposições – Pinhais/PR possui 23.000 m<sup>2</sup>.

<sup>44</sup> Ópera de Arame tem capacidade para 2.400 espectadores e um palco de 400 m<sup>2</sup> destinado a apresentações artísticas e culturais.

bilheteria e a administração, passou a ser considerado pelo novo projeto como patrimônio histórico<sup>45</sup>. Também foram preservadas áreas da plataforma e locomotivas. O prédio foi integrado à área do *shopping*, que se interliga à área do centro de eventos, mas cada qual tem acesso independente. Na travessia do prédio da antiga ferroviária para o *shopping*, está a área dos trilhos dos trens. Se anteriormente os trilhos permaneciam a céu aberto, nesse projeto foram transformados em bulevar e receberam cobertura de vidro. (Figura 29). Após complementar as edificações já existentes, o **Espaço Estação** foi inaugurado em abril de 2004 (PAIVA, 2004).



**Figura 29 – Vista do ambiente interno do Espaço Estação evidenciando o ‘antigo’ e o ‘moderno’ com a nova cobertura de vidro**

Fonte: Arquivo da autora, 2008.

Em 5 de fevereiro de 2007, o **Espaço Estação** foi adquirido pela BR Malls Participações S/A<sup>46</sup>, do Grupo O Boticário, o qual assumiu a

<sup>45</sup> Patrimônio histórico é entendido aqui como a conversão de resíduos históricos em testemunhas que atestem as virtudes ancestrais (LOWENTHAL, 1998).

<sup>46</sup> A BR Malls maior empresa integrada de *Shopping Centers* do País presta serviços de administração, comercialização e consultoria para 25 *Shopping Centers*, totalizando 698,3 mil m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL), com cerca de 4 mil lojas, inclusive serviços de administração para 18 dos 31 *Shopping Centers* que detêm participação; serviços de comercialização para 21 dos 31 *Shopping Centers* que detêm participação e serviços de

administração e comercialização e passou a contribuir com a receita da mesma em abril de 2007.

O Shopping Estação conta com dois teatros, quatro museus, 10 salas de cinema e um centro de Convenções, o Embratel *Convention Center*. A BRMALLS (2007) apresenta-o como

Um empreendimento multiuso, e o único a reunir em um só espaço compras, entretenimento, cultura e eventos. São mais de 170 lojas, reunindo as melhores marcas, incluindo quatro lojas âncoras (Renner, Americanas, Riachuelo, Marisa) e diversas mega lojas (Colombo, Calunga, Centauro). O *shopping* possui dois teatros, quatro museus, dez salas de cinema multiplex, a maior e melhor praça de alimentação da cidade, com 1.700 lugares e o mais moderno centro de convenções da América Latina, o Estação Embratel Convention Center, com 25,0 mil m<sup>2</sup>. O *Shopping* Estação está voltado para um público majoritariamente de classe B, sendo sua frequência de aproximadamente 9,4 milhões de consumidores por ano.

Após realizar os esclarecimentos acima, passa-se a olhar com mais atenção a parte referente ao patrimônio histórico do **Espaço Estação**, sem deixar de considerar o seu conjunto, como se pretendia desde sua implantação. Nesta análise, tornam-se pertinente as considerações sobre as fontes (documentos e objetos).

---

comercialização para as redes de Supermercados Sendas e Pão de Açúcar . (BR MALLS. Atualizações das aquisições, acesso Disponível em [http://www.acionista.com.br/home/brmalls/120508\\_lano\\_shopping.pdf](http://www.acionista.com.br/home/brmalls/120508_lano_shopping.pdf), acesso em 20 fev. 2008, 16:12:30)

Em 31 de dezembro de 2006, através de uma reestruturação societária, a Companhia passou a ter a totalidade das ações das empresas Ecisa Engenharia S.A.(Ecisa Engenharia) e Ecisa Participações S.A. (Ecisa Participações), tendo sido utilizadas ações da própria Companhia como pagamento pelas ações adquiridas. Esta operação representou a conclusão do processo de reestruturação societária que teve como finalidade a integração das atividades de participação e administração de *shopping centers*, através da unificação da estrutura de capital, otimização dos investimentos e redução de custos ([www.brmalls.com.br](http://www.brmalls.com.br)).

## 4.2 LOJAS COMO MICRO TERRITÓRIOS E LOCAIS DE RELAÇÕES SOCIAIS

As lojas em um *shopping center*, ao se orientarem pelas regras do mercado utilizam criatividade, tecnologia e saber a fim de encorajarem os visitantes ao consumo. No entanto, quando o turista, atendendo aos apelos da propaganda motiva-se ao consumo, ele não vai somente para consumir.

Segundo Gil e Gil Filho (2009), “os *shopping centers* são micro-espços onde ocorrem relações entre as pessoas”. Isso ocorre mediante a venda de produtos, prestação de serviços ou em encontros inesperados, fatos que proporcionam ao lugar fluxos inovadores no que diz respeito não somente ao consumo, mas também ao lazer. Quer as compras sejam intencionais ou não, o conhecimento de novas pessoas ou as novas amizades influencia a estética do meio físico, concedendo-lhes vitalidade. É assim que o *marketing* pretende que as pessoas se sintam, como atores e protagonistas.

E, cada vez mais, as lojas são dispostas de modo que seu espaço estimule a chegada do consumidor, que muitas vezes só pretende fazer um lanche ou ver vitrines, mas que acaba aproveitando de descontos para comprar. O ambiente se prepara para atrair o consumidor, que precisa ser convencido de ter ido ao lugar adequado.

Se os “atores”, no caso os turistas/consumidores podem representar diversos papéis ao realizarem sonhos através das compras, outros não os realizam da mesma forma, embora possam ver as vitrines, admirar sua estética, seu brilho e estar onde muitos estão independentemente da classe social. Ocorrem, portanto, conflitos de alguns, que realizam seus sonhos, em contraste com outros.

E, conforme Silva (1991, p. 30), “cada momento do espaço é caracterizado pelo entrelaçamento social de troca desigual, dos conflitos que estas encerram, de situações diferenciadas da rotação do capital e da contradição entre relações humanas coisificadas e de relações ‘humanizadas’ entre coisas.

Então, se os *shoppings centers* são criados e divulgados como locais onde o consumo se protagoniza como ocorre com o Espaço Estação, proporcionam também as relações entre as pessoas que ali estão como turistas e como cidadãos, embora muitas vezes, não ocorra a prática da cidadania pelas mesmas possibilidades de consumo para

desfrutar das vantagens ali oferecidas. Os comerciantes e os atendentes estimulam os visitantes a conhecerem o museu, o teatro, a estação natureza, entre outros, não somente porque permanecerão por mais tempo, podendo aumentar o consumo por parte de alguns, mas também porque esses locais estimulam a valorização do bem-estar do visitante, mesmo das pessoas que não consomem produtos.

#### 4.3 OUTROS LOCAIS QUE SE INTEGRAM AO ESPAÇO ESTAÇÃO NA DIMENSÃO SÓCIO-CULTURAL

O centro histórico da cidade de Curitiba, pela longa existência de seus 316 anos, vem realizando reformas econômicas e paisagísticas. Estas produzem alterações no espaço geográfico e, conseqüentemente, na paisagem urbana, tendo em vista suas refuncionalizações e o desenvolvimento de atividades turísticas.

A maior parte das mudanças está relacionada a recriações do valor do lugar, pelo turismo curitibano, que é “nitidamente urbanístico” (GARCIA, 1997, p. 84), pois no centro das iniciativas e projetos turísticos está a cidade planejada, dentro do projeto de modernização a partir dos anos 70, como mencionado anteriormente.

O turismo cultural participa de forma significativa na constante solidificação da imagem da cidade. Curitiba tornou-se referência na esfera do “consumo” da cultura, tanto em estreias nacionais de produções teatrais quanto na organização de diversos aspectos culturais apresentados em um mesmo lugar, como é anunciado no *marketing* sobre o **Espaço Estação**, expresso em materiais informativos turísticos, solidificando a imagem de uma cidade que valoriza a ecologia e apresenta ótimas opções culturais, de lazer e turismo.

Ao criar uma imagem da cidade de Curitiba como capital ecológica, e que oferece alto padrão de opções culturais, a administração municipal procurou associá-la a benefícios com grandes possibilidades de serem usufruídos pelos visitantes. O entendimento das memórias dos moradores antigos e dos trabalhadores na estação de trem e linha férrea, bem como das representações dos turistas sobre a imagem da cidade, em locais principalmente reservados ao turismo cultural, é sinônimo da compreensão de que são locais de memória, que existem porque as imagens os investem de uma “aura simbólica” (NORA, 1993, p. 17), não oferecendo somente a oportunidade do consumo de objetos, mas também de seus significados.

Se o turista conhece pela visita aos museus relatos e lembranças dos que participaram da história do lugar e se as expressões locais constituem um importante recurso que desenvolve um sentido de lugar, também traz questionamentos diante do que é apresentado, diante do que é omitido e “inspira soluções diante do novo” (FREIRE; PEREIRA, 2005), pelas suas reinterpretações.

Torna-se interessante analisar a seguir como os espaços culturais são apresentados pelo *marketing* do **Espaço Estação**, principalmente em seus materiais informativos.

#### 4.3.1 Museu da Farmácia Augusto Stellfeld

A informação veiculada no interior do museu é de que ele foi inaugurado em setembro de 2001 em homenagem a Karl August Stellfeld,<sup>47</sup> primeiro farmacêutico de Curitiba, que contribuiu com importante trabalho social durante a Guerra do Paraguai (Figura 30). O acervo pertence à família do farmacêutico, que preserva e remonta a sua memória.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Karl August Stellfeld nasceu em 31 de agosto de 1817 no ducado de Braunschweig. Com 34 anos de idade chegou ao Brasil, trazendo na bagagem seu diploma de farmacêutico. Estabeleceu-se na Colônia Dona Francisca (atual Joinville) e, depois de uma breve passagem por Paranaguá chega a Curitiba, cidade escolhida para dar início às atividades da primeira farmácia da cidade, no ano de 1857. Augusto Stellfeld sempre teve a preocupação de servir a pátria que o acolheu. Desempenhou muitas funções sociais e em 1865, durante a guerra do Paraguai, ofereceu gratuitamente medicamentos e assistência às famílias dos combatentes. Como prova de reconhecimento pelos relevantes serviços prestados ao Brasil, recebeu de D. Pedro II, a comenda da Ordem da Rosa, no grau de Cavaleiro. Em 1891, recebeu o diploma e a medalha de membro e fundador da Sociedade Científica Europeia.

<sup>48</sup> Disponível em:

<<http://www.shoppingestacao.com/museus/index.aspx?CodPag=2&Tipo=Museus>>.

Acesso em: set. 2007, 22:21:05.



**Figura 30 – Aspecto interno do Shopping, em frente ao Museu da Farmácia, fotografado em 2007. Instalado pela empresa O Boticário, por meio dos objetos, conta como o farmacêutico desempenhou suas atividades no Estado do Paraná. Destaca o trabalho do alemão Augusto Stelfeld, que morou em Curitiba e atendeu a muitos habitantes da região.**

Fonte: Arquivo da autora, 2007.

O acervo do Museu da Farmácia apresenta aos visitantes objetos, documentos e diversos materiais que têm a intenção de ajudar a compreender como ocorreu a prática da farmácia desde o século XIX. Mostra, ainda, como era a primeira farmácia de Curitiba e aponta a evolução da perfumaria no Brasil e no mundo, ou seja, apresenta a sua importância histórica <sup>49</sup>, presente, como refere Rocha, nos

(...) frascos para guardar cremes, pomadas e unguentos ou de princípios ativos destinados à produção de remédios de manipulação, documentos antigos (que resgatam a história das primeiras curas de doenças conseguidas pela botânica na Grécia e no Egito; a origem da farmácia na Idade Média; e de precursores, como Galeno; a gênese da farmácia no Brasil, e das primeiras faculdades de Farmácia e Medicina,

<sup>49</sup> Disponível em:

<http://www.curitibainterativa.com.br/modules.php?name=News&file=article&sid=14738>>Acesso em set. 2007, 22:11:05.



centrada na colonização portuguesa); além de materiais diversos. O Museu da Farmácia está calcado na preservação da memória da prática do profissional farmacêutico no Estado do Paraná, nos séculos XIX e XX, incluído nesse contexto, o mundo da perfumaria (ROCHA, 2002).

Nesse museu, o visitante recebe um livreto com uma síntese da história da farmácia e das fragrâncias, patrocinado pelo *O Boticário*, que afirma ter como principal objetivo “resgatar um importante patrimônio histórico e cultural, tornando o museu um centro de referência para o estudo da Farmácia e o conhecimento da perfumaria”.

Essa observação indica uma linguagem turística a apresentar os benefícios históricos da farmácia no aspecto das fórmulas e fragrâncias, mas como objeto a ser reverenciado, até certo ponto, como uma jóia preciosa dentro de um recipiente que pode ser vista, porém não tocada, possibilitando a interpretação de que não se espera que seja vivificada com criatividade de modo a apresentar hoje respostas para perguntas que continuam sendo feitas pelos residentes e turistas da cidade.

Em outras palavras, utiliza-se uma linguagem que confirma a ideia da preferência da memória e dos objetos se manterem estáticos enquanto sua dinâmica requereria atualização e, talvez, Augusto Stelfeld, por seu caráter audaz, preferiria não ser lembrado somente como alguém que passou, mas como alguém que continua a agir, por meio de seus familiares, e, portanto, se manter vivo. Por outro lado, o fato de haver um movimento intensivo de conservação, questiona Jeudy (1990, p. 68),

(...) não é também uma forma de destruir seu alcance simbólico? O objeto tornar-se-ia mais poderoso do que o ato de simbolização que ele ironizaria à sua maneira. Conservar tudo é destruir o sentido, sua própria possibilidade de determinação. (...) Os objetos caçoam da deificação porque eles reenviam às projeções individuais e coletivas na ilusão de sua própria razão de se manifestar.

Se de um lado, a relação possível a se fazer do museu com as mudanças da área central da cidade é apenas do passado (museu) com o

presente (reformas)<sup>50</sup>, por outro lado, é imperativo lembrar do que diz Santos (1997), a indicação de um novo posicionamento diante dos objetos, o de lhes dar uma outra função, pela reinterpretação.

### **4.3.2 Espaço do Perfume Arte e História**

As informações que os turistas recebem no Espaço Perfume Arte e História (Figuras 31 e 32) são de que foi inaugurado no dia 15 de julho de 2004, sendo apresentado como o primeiro museu do perfume brasileiro e, talvez, o único do Brasil, a levar o público a uma imersão no universo dos perfumes revelando uma experiência sinestésica. Ressalta-se que “desvenda toda uma possível emoção que envolve a criação de um perfume. Uma verdadeira viagem através dos sentidos humanos”<sup>51</sup>, os quais se revelam primeiramente na ordem da audição, visão, olfato e por último o toque evidenciado no movimento dos tecidos que iluminam as diferentes salas sensoriais equipadas com recursos interativos.

---

<sup>50</sup> Entrevista realizada com Gabriela Pimentel de Lara, 17 anos, em junho de 2007.

<sup>51</sup> Material informativo recebido pelos turistas.



**Figura 31 – Fachada da entrada principal do *Espaço Perfume*. Seu objetivo é tornar conhecida a história e a cultura do perfume. As 900 peças em exposição, em dois andares, contam a história do perfume.**

Fonte: Arquivo da autora (2008).



**Figura 32 – Destaque de Túnel para teste sensorial, onde também é possível comparar vários cheiros de perfume**

Fonte: CLIKMARKET, (2008).

Na sua organização, consta

(...) com 310 m<sup>2</sup>, sistema de iluminação de última geração com feixe de fibra ótica e cristais e dispersores de aromas; procura criar espaços atraentes e lúdicos. A sua meta, é ser um espaço interativo, um convite ao lazer e a cultura, e procura contar a história do perfume, em seus 5000 anos de existência. Seu acervo conta com mais de 600 peças, dentre elas, grandes raridades como: frascos Givaudan do século XVIII, um exemplar original da *Eau de Cologne Royale* – Jean Marie Farina- água de colônia desenvolvida especialmente para Napoleão Bonaparte levar dentro de sua bota e um frasco Fenício de 1200 a.C. Além de algumas réplicas. A sua exposição, usa recursos de alta tecnologia para dar a sensação

dos três sentidos aos visitantes: audição, visão e olfato; com iluminação especial, vídeos e aroma. O visitante pode realizar a sua visita com auxílio de fones guias em cinco idiomas: Português, Inglês, Espanhol, Francês e Alemão. A expografia é dividida em salas: Sala Amarela: conta a origem do perfume, e a sua primeira utilização, em rituais sagrados no Egito antigo “O Perfume Sagrado”. Sala Vermelha: com enfoque na sedução e no mistério do perfume do oriente “O Perfume Profano”. Sala Azul: com a evolução do perfume e o surgimento da indústria e o frescor da Lavanda “O Perfume na Europa”. Sala Verde: o frescor da floresta, a terra úmida, a preservação da natureza e o perfume no Brasil “O Futuro do Perfume”. E ao final da exposição o visitante encontra a Sala Multisensorial: com apresentação de peças publicitárias, *jingles* e vídeos com os cheiros que representam o perfume da vida <sup>52</sup>.

Os perfumes são apresentados aos turistas, não por acaso, mas pela afinidade com a “vocalização” do grupo *O Boticário*, que vende produtos associados à perfumaria. Diz um de seus materiais informativos turísticos que essa viagem “é um passeio imperdível por um mundo de sensações”, sendo vendido ao turista como parte de um estilo de vida que identifica o turista à cidade. O turista que visita o Espaço Perfume pode interpretar que ali não se obtém somente informação, mas sensação, sentimento, podendo até sentir-se, talvez, no conforto de estar em casa se preparando para sair.

Mas, pergunta-se, como é divulgada a memória dos que trabalharam com as fragrâncias, já que a imagem da “Curitiba humana” se mantém? A resposta de um visitante esclarece: “não é divulgada, só das pessoas famosas que usam os perfumes”.<sup>53</sup> Assim, a cultura “é colocada como carro-chefe, porém torna o espaço mais atrativo com a ideologia do consumo nas entrelinhas”.<sup>54</sup>

A propósito, Luchiari (2005) lembra que o patrimônio histórico é transformado em mercadoria, da mesma forma que sua

<sup>52</sup> Disponível em

[http://www.movimentodasartes.com.br/tariana/pop\\_062/061016a.htm](http://www.movimentodasartes.com.br/tariana/pop_062/061016a.htm)>Tariana Maici de Souza Stradiotto. Acesso em jul. 2008, 23:10:05.

<sup>53</sup> Entrevista realizada com Maurício J. Machado, motorista, em junho de 2007.

<sup>54</sup> Entrevista realizada com Patrícia Olmedo, 28 anos, nutricionista em junho de 2007.

refuncionalização é utilizada à ideologia do consumo, não mais às práticas culturais representativas das culturas locais.

### 4.3.3 Museu Ferroviário

Uma das primeiras informações obtidas pelos turistas é que ele está instalado no local onde foi desativada a antiga Estação Ferroviária, em 1973, portanto, ainda conserva partes da arquitetura, além do mobiliário e das peças que colaboram para a preservação da memória.

Seus funcionários mostram o acervo, exposição permanente de material coletado pela Rede Ferroviária a partir do interior de suas estações e locomotivas, do início do século XIX, e um vagão dormitório que serviu para hospedar o ex-presidente Getúlio Vargas<sup>55</sup>, com um conjunto de aproximadamente mil peças, como: apitos, telégrafos, sinos, telefones, maquetes, réplicas, aparelhos de staff para controle do tráfego, mobiliário, mapas e documentos, incluindo locomotivas e carros.

Indicam-se como principais peculiaridades um grande livro utilizado para a contabilidade da antiga Estação e a visualização de uma réplica de locomotiva a vapor. Além das peças (Figura 33) e do exemplo de locomotiva (Figura 34), o museu também guarda documentos escritos, recortes de jornais e livros sobre as ferrovias, que podem ser consultados no local<sup>56</sup>. A propaganda do Museu Ferroviário pretende que seja uma contribuição com a preservação da memória ferroviária, que explica “a história da economia paranaense e brasileira, de heróis anônimos ou não. (...) Sem dúvida, o passado dentro do futuro”<sup>57</sup>.

---

<sup>55</sup> Disponível em <http://www.shoppingestacao.com>, acesso em: jun. 2008, 13:12:10.

<sup>56</sup> Disponível em <http://www.shoppingestacao.com/noticias/detalhe.aspx?idNoticia=28>, acesso em 23 ago. 2007, 23:22:10.

<sup>57</sup> Disponível em <http://www.shoppingestacao.com/museus/index.aspx?CodPag=1&Tipo=Museus>, acesso em set. 2007, 23:11:08.



**Figura 33 – Ambiente interno do Museu Ferroviário de Curitiba. Mostra o local onde se vendiam os bilhetes das passagens. A inauguração da estação, sem os trilhos, ocorreu em 5 de fevereiro de 1885.**

Fonte: GESTOUR, 2007.



**Figura 34 – Reprodução fotográfica da locomotiva ao lado de uma das portas de acesso ao museu ferroviário. Desta estação partia em 24 de janeiro de 1953 o trem inaugural do primeiro trecho eletrificado da linha Curitiba-Paranaguá**

Fonte: Arquivo da autora, 2007.

No entanto, embora os materiais informativos turísticos e os atendentes descrevam o museu ferroviário como sujeito de uma proposta inovadora que se pretende não mais como local somente de exposição de objetos antigos, mas sim como espaço educativo, de interação social, de questionamentos e descobertas sobre o passado, é evidente que valorizam prioritariamente os heróis ou aqueles que se distinguiram de alguma forma.

Os materiais informativos dizem ser o Museu Ferroviário “o passado dentro do futuro”, estimula às perguntas: O que significa isso? Que o presente não é presente? Ou que o presente, de tão avançado já é futuro? Seriam suficientes as informações transmitidas aos visitantes sobre esse significado e sobre as demais informações? “Penso que o espaço deveria ser maior e também com mais informações. É muito



pouco para um assunto de grande relevância”<sup>58</sup>, “há pouco espaço oferecido para o assunto mais importante do local”,<sup>59</sup> e há “muito material e pouca informação”. Sugere-se que “poderia haver mais informações sobre o tipo de trabalho que cada funcionário desempenha e a importância desse trabalho”.<sup>60</sup> Assim, o objeto se tornaria vida “(...) no momento mesmo onde ele supostamente representava, por sua museografia, a consumação de um trabalho de luto” (JEUDY, 1990, p. 67).

O explicitado acima mostra que existem os objetos e os documentos do/sobre o museu ferroviário e o discurso do *marketing*, que os colocam “no futuro”, ou seja, a administração turística, que resulta da engenharia cultural que envolve o trabalho de profissionais de diversas áreas, entre eles, animadores culturais, engenheiros e mediadores culturais, transforma o valor cultural em valor de mercado, ao se propor, como diz Meneses (1999), à fruição somente visual dos lugares, não evidenciando o sentido cotidiano de cultura, com os significados e simbologias que representam os “valores” que fazem parte do universo maior dos habitantes.

Cabe lembrar também que no âmbito de um projeto de refuncionalização da cidade, que segundo Santos (1992) abrange diversos tipos de ações requalificantes dos espaços mediante a incorporação de novas funções e usos aos edifícios e áreas urbanas, há algo mais que pode ser feito: refuncionalizar também algumas das antigas casas dos trabalhadores ferroviários ainda existentes, pois, como diz o jornal Gazeta do Povo de 21 de setembro de 2008, a preservação da paisagem ferroviária de Curitiba está sendo engolida pelo crescimento urbano, ideia também defendida pelo professor de arquitetura brasileira da Universidade Federal do Paraná, Key Imaguire Júnior. Desse modo, as futuras gerações conhecerão algumas das edificações da época em que existia a Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima (RFFSA).

---

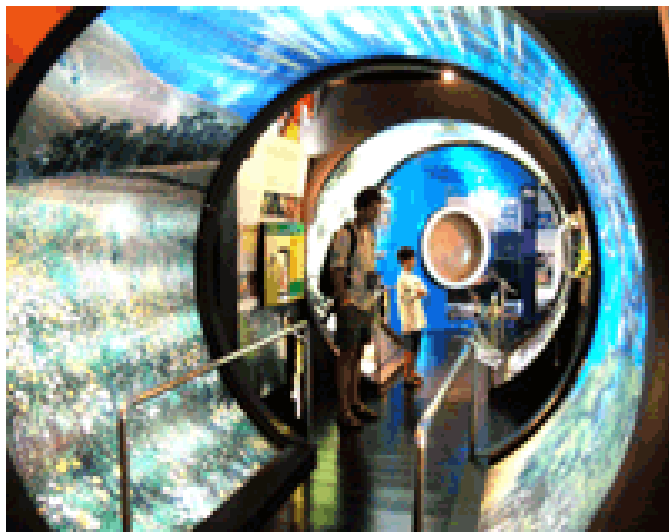
<sup>58</sup> Entrevista realizada com Giovanni Regazzo, engenheiro eletricista, 27 anos, em junho de 2007.

<sup>59</sup> Entrevista realizada com Dayane Leda, estudante, 24 anos, em junho de 2007.

<sup>60</sup> Entrevista realizada com Rosana Smaniotto C. Sato, 56 anos, em junho de 2007.

#### 4.3.4 Estação Natureza

Os materiais informativos e os atendentes a apresentam como um projeto expositivo de integração interativa da fauna e da flora brasileiras, liderado pela Fundação O Boticário de Proteção à Natureza. Apresentam fotos, brinquedos e informações sobre os biomas brasileiros, definidos por regiões com grandes afinidades climáticas e geográficas na realidade geográfica brasileira, onde se desenvolvem e interagem diversas espécies animais e vegetais, que são adaptadas às condições ambientais e sociais, resultado de um longo e complexo processo evolutivo. Evidencia neste local a interatividade lúdica, sendo, assim, uma das principais estratégias de educação ambiental e de mobilização da referida fundação, dentro dos seus propósitos pedagógicos e comerciais de seus produtos negociados não apenas no mercado brasileiro, mas com *marketing* extensivo a vários outros países (Figura 35).



**Figura 35 – Vista interna do local onde está a Estação Natureza, criada pela Fundação O Boticário, divulgada como meio de educação e mobilização da sociedade na Proteção à natureza**

Fonte: NADIATIM (NT), 2007.

A propósito do que é anunciado, questiona-se por que, além de proporcionar a interação dos visitantes com a natureza, não dinamiza a sua proposta através, por exemplo, da entrega a cada turista de uma muda ou sementes de árvores frutíferas? Deixaria de tratar a natureza, embora de forma interativa, como algo estático, distante de seu próprio habitat e passaria a algo dinâmico, como responsabilidade social, por dela retirar seus lucros.

Essa interação com o público não permaneceria somente no âmbito do Espaço Estação. No imaginário de muitos turistas está registrado ser Curitiba uma capital ecológica, mas os visitantes não tocam comumente nessa ecologia no centro da cidade, a não ser com o olhar. Ora, a possibilidade de tocá-la também com as mãos, mediante a Estação Natureza no Espaço Estação deixaria de ser um gesto utilitarista de se receber sementes ou mudas para o plantio. Reforçaria também a imagem da capital ecológica, sobretudo porque até as coisas que no entorno não têm uma intenção própria de serem ecológicas ganhariam essa conotação, e nesse gesto as pessoas trocariam também informações simbólicas e culturais.

#### **4.3.5 Teatro de Bonecos Dr. Botica e Teatro Regina Vogue**

O Teatro de Bonecos Dr. Botica, inaugurado em maio de 2001 (Figura 36), como meio de difusão da arte de bonecos e de oferecer oportunidade a artistas locais, nacionais e internacionais, como espaço que promove atividades de estímulo, desenvolvimento e formação de crianças de todas as idades<sup>61</sup>. Os funcionários indicam que o local conserva, ainda, as atividades pertinentes a esse tipo de atividade, acrescidos de janelas, no lado de fora, com fantoches, com a finalidade de atrair públicos que passam por ali para conferir o que está acontecendo dentro dos vagões onde são apresentados breves espetáculos interativos cujos temas enfatizam a preservação dos valores universais.

---

<sup>61</sup> Disponível em:

<http://www.shoppingestacao.com/museus/index.aspx?CodPag=2&Tipo=Teatros>, acesso em abr. 2007, 21:30:11.



**Figura 36 – Fachada do Teatro de Bonecos Dr. Botica. Foi criado em 1982 pelas *designers* paranaenses Têre Zagonel e Marina Zagonel Pereira a pedido de Miguel Krigsner, presidente de O Boticário**

Fonte: Arquivo da Autora, 2007

Nesse espaço, também há o Vagão Animado, no qual são apresentadas atividades lúdicas e educativas para o público infantil, onde também consta uma biblioteca, videoteca, e sala multiuso.

Outro é o Espaço Teatro Regina Vogue, (Figuras 37 e 38), que foi inaugurado em julho de 2004, com capacidade para 326 pessoas e possui moderna infraestrutura técnica de equipamentos de sonorização e iluminação cênica, prioriza espetáculos voltados aos adolescentes. Relatam seu surgimento a partir da admiração do empresário Miguel Krigsner pelo trabalho desenvolvido, ao longo dos 40 anos de carreira, pela atriz, produtora e diretora de teatro infantil, Regina Vogue<sup>62</sup>.

<sup>62</sup> Artista nascida em Porto Alegre que, antes de se dedicar ao teatro, atuou em diversas atividades: foi dançarina, engolidora de fogo, assistente de mágico, ficou na prancha para o atirador de facas e bancou a toureira no circo. Disponível em<[www.hagah.com.br/guialocal/249084](http://www.hagah.com.br/guialocal/249084)> Acesso em ago. 2007, 21:20:12.



**Figura 37 – Entrada principal do Teatro Regina Vogue, homenageada pelos trabalhos desenvolvidos como atriz, produtora e diretora de teatro**

Fonte: Arquivo da autora, 2007



**Figura 38 – Hall do Teatro Regina Vogue**

Fonte: HAGAG, 2007

Desde sua inauguração recebeu mais de 164 espetáculos e cerca de 134.000 pessoas, realizando dois projetos de “democratização social”: “Criança no Teatro” e “Amigos do Teatro”. O primeiro levou, gratuitamente, ao teatro mais de 15.000 crianças da rede pública de ensino e, o segundo promoveu apresentações teatrais a preços populares<sup>63</sup>, para a sociedade em geral.

Pode-se observar, portanto, que a arte de bonecos e os breves espetáculos interativos dinamizados integram os sistemas culturais. No contexto de Jeudy (1990, p. 116), a cidade “se teatraliza a todo custo para oferecer aos visitantes a imagem de sua unidade (...)”. No contexto do Espaço Estação, abre-se à diversidade da qual precisa para que seus projetos turísticos tenham êxito.

O teatro é “um ‘chamariz’ do público infantil e jovem, visto que essa área antigamente não era muito freqüentada por essa faixa etária. Além de promover um novo polo de consumo”<sup>64</sup>; dá uma chance para públicos/grupos locais usar o espaço”<sup>65</sup>; “O espaço cênico e a plateia são considerados grandes. A disposição das cadeiras na plateia impossibilita um corredor central, dificultando o acesso. De grande importância”<sup>66</sup>; “Informativo e consciente em presença do público jovem, trazendo informações do passado”.<sup>67</sup>

Embora se torne atração para pessoas de todas as idades, portanto, um polo que propicia consumo neste lugar como quer seus administradores, a estrutura cênica que ali está se disponibiliza a acolher as mais diversas formas de vida que dão seu sentido ao espaço urbano, como se a cidade se auto-musealizasse, ao guardar origens, memórias, cenas representadas de um passado ou de um presente, fazendo, portanto, o inverso da urbanização, a contra-urbanização. E enquanto há cenas teatrais, o comércio prossegue, as pessoas conversam, os turistas visitam.

---

<sup>63</sup> Disponível em <http://www.reginavogue.com.br/curr.php>, acesso em 23 jul. 2008, 21:10:10.

<sup>64</sup> Entrevista realizada com Patrícia Olmedo, nutricionista, 28 anos, em junho de 2007.

<sup>65</sup> Entrevista realizada com Amanda de Andrade Nunes, 18 anos, em junho de 2007.

<sup>66</sup> Entrevista realizada com Susian Ribeiro de Souza, 22 anos, recreacionista, em junho de 2007.

<sup>67</sup> Entrevista realizada com Fernanda de Oliveira Lima, guia de turismo, 38 anos, em junho de 2007.

#### 4.3.6 Estação Embratel *Convention Center*

As informações sobre o centro de convenções relatam que ele foi implantado com a intenção de “mudar” o perfil da área central da cidade, complementando-a e inserindo-a melhor no cenário do turismo de negócios naquela região, ou seja, tem em vista completar o perfil da área central da cidade.

Como a configuração do terreno não oferecia possibilidade para expansão horizontal, relata-se, a solução foi verticalizar, com um novo edifício, erguendo parte dele sobre o prédio de quatro pavimentos onde já funcionavam os cinemas do referido **Espaço Estação**. A partir da laje correspondente à cobertura, foram acrescentados mais sete pisos, de modo que até o oitavo andar existe espaço para garagens e do nono ao 11.<sup>o</sup>, o centro de eventos.<sup>68</sup>

O Estação Embratel *Convention Center* (Figura 39) inaugurado em 2004 é ainda hoje apresentado em âmbito nacional como um dos mais modernos locais para convenções, totalizando 25.000 m<sup>2</sup> para eventos de diferentes interesses. Tem como características comerciais predominantes e marcantes, a flexibilidade e a multifuncionalidade dos seus espaços, permitindo a realização simultânea de até três grandes eventos ou único megaevento.

---

<sup>68</sup> Disponível em <http://www.parana-online.com.br/canal/viagem-e-turismo/news/78577/>, acesso em 1.º set. 2008, 22:23:10.



**Figura 39 – Panorâmica da fachada do Centro de Convenções Estação Embratel *Convention Center*, 2007**

Fonte: SKYSCRAPERCITY, 2007.

Segundo Dória <sup>69</sup>,

(...) dos cinco pavimentos do Estação Embratel *Convention Center*, dois fazem parte do *shopping center* e três da área de convenções. A agregação de outras atividades traz mais sinergia ao local. O primeiro piso é composto por um pavilhão para 850 pessoas, tem dois mil m<sup>2</sup>, pé-direito de 5,5 m, nove salas de reuniões, quatro salas *vips* e *foyer* de 300 m<sup>2</sup>. Pode ser subdividido em quatro salas menores para 185 pessoas cada. Também com dois mil m<sup>2</sup> e 5,5 m de pé-direito, o segundo pavimento comporta mil pessoas e, de acordo com o porte do evento, pode transformar-se em quatro unidades para 200 pessoas. É dotado de cinco salas de *business center* e *foyer* de 700 m<sup>2</sup>. Já o terceiro piso tem 10 mil m<sup>2</sup>, 8 m de pé-direito, capacidade para acomodar 2.700 pessoas, *foyer* de 1.400 m<sup>2</sup>, salas de apoio, sala *vip* e de imprensa e área livre de 3 mil m<sup>2</sup>, climatizada, para a realização de feiras e exposições. Além disso,

<sup>69</sup> Arquiteto responsável e autor do projeto do “Espaço Estação”; José V. Lopes e Waldeny Fiúza, co-autores do projeto, sócios da empresa DÓRIA LOPES FIUZA ARQUITETURA.



permite disposição para feiras com capacidade de 250 estandes (DÓRIA, 2008).

Desde sua abertura, como explica Swinka *apud* Saiki (2008),<sup>70</sup> a administração do **Espaço Estação** teve inúmeros eventos realizados no empreendimento e estes dados crescem a uma média de 26,65% ao ano. Em 2008, ocorreram 213 eventos, o que representa 89,87% da programação total do centro de convenções em 2007.

O Instituto Paranaense de Pesquisa e Desenvolvimento do Mercado Imobiliário e Condominial (INPESPAR), responsável pela implementação de ações na área de pesquisa e avaliação de imóveis e que elabora pesquisas periódicas de Análise do Mercado de Locação, Ofertas de Imóveis à Venda, entre outras, relata os preços médio dos imóveis no período de julho de 1994 a setembro de 2008 (Tabela 3), mostrando a valorização da habitação no Rebouças.

**Tabela 2 - Avaliação de imóveis para venda na área central de Curitiba**

Avaliação	Julho/1994		Setembro/2008	
	Rebouças (R\$/m <sup>2</sup> )	Curitiba (R\$/m <sup>2</sup> )	Rebouças (R\$/m <sup>2</sup> )	Curitiba (R\$/m <sup>2</sup> )
Imóvel				
<b>Residencial</b>				
<b>Apto 2q</b>	286,62	291,58	1.786,63	1.404,85
<b>Apto 3q</b>	318,68	328,15	1.357,35	1.477,54
<b>Res 3q</b>	695,77	272,68	1.339,24	1.310,71
<b>Res 4q</b>	360,00	368,47	1.720,91	1.442,39
<b>Comercial</b>				
<b>Casa</b>	461,54	302,07	1.482,21	1.400,82
<b>Loja</b>	470,20	587,78	1.521,43	1.680,54
<b>Terrenos</b>				
<b>Terrenos</b>	122,44	86,08	676,74	411,39

Fonte: Adaptado pela autora a partir de documentos do INPESPAR, 2008.

<sup>70</sup> SAIKI, L. **Curitiba quer ser polo de eventos**. Disponível em <http://www.parana-online.com.br/editoria/economia/news/323737/>, acesso em 2 set. 2008, 20:35:12.

Deste modo, o turismo opera como atividade significativa na materialização dos elementos que constituem a mensagem mais atual na veiculação da imagem urbana. Esta é consequência do ambiente físico e social, um item importante na programação do turismo.

Então, não somente devido ao **Espaço Estação**, mas dele como um dos principais componentes do perfil turístico da área central da cidade, Curitiba se colocou em 2007 como a terceira cidade (depois de São Paulo e Rio de Janeiro) mais procurada por estrangeiros para o turismo de negócios e eventos, com quase dois milhões de habitantes, de acordo com dados da Fundação Instituto de Pesquisa Econômica (FIPE), da Universidade de São Paulo (USP).

Segundo Vosnika<sup>71</sup> (2008), no ano de 2007, do total de 1,5 milhões de turistas que a cidade recebeu 49% vieram especificamente para participar de eventos ou fazer negócio. “A estimativa é de que a tendência do turismo de eventos, com a instalação do *Convention Center*, esse número aumente ainda mais”.<sup>72</sup> Vosnika destaca também que o aumento de visitantes na cidade é “(...) o início da operação de voos diretos da TAM MERCOSUL para Buenos Aires e Assunção e o aumento significativo da rede hoteleira - 55% nos últimos cinco anos, com a presença de redes nacionais e internacionais” (*Ibid*).

O crescimento do turismo de negócios mostra como diz Yamawaki (2008, p. 190), “(...) uma nova vocação para Curitiba (...), o que propicia a dinamização da área, justamente pela presença do centro de convenções no *shopping* e de hotéis nas redondezas, assim como pela localização central”.

Concluindo-se o capítulo, pergunta-se: como é vista cidade de Curitiba?

“É a ‘cara’ da “Curitiba Província, que tem sua história, mas que está preparada para encarar os desafios da modernidade capitalista, enquanto Curitiba Contemporânea”<sup>73</sup>; “É cartão postal, é chiquérrima”<sup>74</sup>; “Curitiba contemporânea e receptiva a novas ideias e públicos diferenciados”.<sup>75</sup> São os turistas que dizem.

Refuncionalizado, e/ou revitalizado, o Espaço Estação exerce íntima relação com a revitalização do espaço urbano, sendo que, reciprocamente, apontam-se como fatores “consumíveis” pelos turistas e

<sup>71</sup> VOSNIKA J., diretora de Turismo de Curitiba.

<sup>72</sup> Disponível em <http://www.parana-online.com.br/canal/viagem-e-turismo/news/78577/>, acesso em 1.º set. 2008, 20:30:05.

<sup>73</sup> Entrevista realizada com Patrícia Olmedo, Nutricionista, 28 anos, em junho de 2007.

<sup>74</sup> Entrevista realizada com Maria do Rocio - Guia de turismo, 51 anos.

<sup>75</sup> Entrevista realizada com Regina Célia Vitória, Professora, 54 anos.

como “fazedores” de cultura. O Espaço Estação faz isso mediante seus ambientes comerciais e culturais, e o centro histórico, através da interação com o público ao abrir, por exemplo, a biblioteca do Paço e ao oferecer atrações culturais em vários horários semanais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As refuncionalizações presentes na cidade de Curitiba contribuem com a atração turística, não somente por terem como meta o aspecto econômico e a confirmação do *marketing* criado e divulgado para o resto do mundo ao longo do tempo, mas também porque, dinamicamente, elas acabam remetendo ao foco cultural, através de novas vitalidades introduzidas.

Se as transformações ocorreram embaladas pelo processo de urbanização acelerada na metrópole e, portanto, constituindo a cidade e a Região Metropolitana de Curitiba (RMC) como um polo econômico, também se pensou na construção de uma imagem, que começou a se posicionar em âmbito nacional, a partir da década de 1970, quando o Plano Diretor de Urbanismo apresentou um foco diferente do que faziam as outras cidades, “respeitando a escala, a história e a cultura da cidade”. (DIAS, 2006, p. 58). Esse Plano Diretor se manteve pela continuidade de um mesmo grupo político tanto na Prefeitura de Curitiba quanto, em períodos diferentes, no Governo do Estado, fortalecido com alianças feitas com as classes política e empresarial.

Nesse cenário, a principal estratégia de *marketing* foi a refuncionalização para vender a cidade, que se tornou mercadoria valiosa nas mãos dos administradores, arquitetos, comunicadores, agentes turísticos, entre outros. O planejamento urbano utilizou o *citymarketing* e os planos estratégicos voltados à produção de uma imagem internacional de Curitiba. E, como diz Sánchez (2003, p. 20), “a *city* se opõe a *polis*. O mercado subordina, quando não elimina a *ágora* (...). Cidades imagem, imagens da cidade, nos falam muito mais do mercado do que da vida humana”.

Esse contraponto se apresenta como continuidade, no *marketing* que apresenta o **Espaço Estação** como um local em que os turistas têm “quase tudo” que buscam: Participar de eventos, comprar, visitar museus, assistir a teatros e usufruir das fragrâncias, um espaço para ser “consumido”, da mesma forma que os espaços urbanos são mercadorias estratégicas e políticas. Dessa maneira, apesar de o *marketing* insinuar que os museus do **Espaço Estação**, por exemplo, são símbolos da preservação da memória, da cultura local, acaba privilegiando a cidade-mercadoria. Desse modo, os espaços restaurados, revitalizados, refuncionalizados e, principalmente, ressignificados se impõem como lugares metáforas, metáforas das estratégias culturais utilizadas para que

as relações econômicas se articulem tanto com o turismo e o lazer quanto com a atividade comercial.

Por outro lado, se o Estado faz parcerias com o setor privado e ambos se estimulam a realizar programas rentáveis ou “não-rentáveis” e culturais, as diferentes populações poderiam agenciar uma releitura cultural da cidade ao apresentarem seus aspectos tradicionais.

Aliás, a cidade espetáculo que toma conta dos seus centros constantemente refuncionalizados, revitalizados e ressignificados, para se apresentarem, em seu conjunto, como uma grande peça a ser visitada. E se isso acontece é porque a vida social continua dinâmica. Desse modo, o **Espaço Estação** se insere na dinâmica da (re) organização socioespacial da área central de Curitiba e participa constantemente de suas refuncionalizações. Por quê? Por que os seus diversos museus, sua arte cênica e a construção de bonecos para interagir com o público, que se tornam “consumíveis” pelos turistas que o visitam, têm estreita relação com a revitalização do espaço urbano, pois tudo que, no espaço circundante, poderia não ter uma intenção específica cultural, acaba recebendo esta dinâmica por estar no entorno de ambientes culturais.

Da mesma forma, quando o espaço urbano se revitaliza, se refuncionaliza, e se consagra pelo seu embelezamento e criação de imagens sínteses, também multiplica suas culturas, que estão sempre se buscando, pois o moderno não vive sem o tradicional e o tradicional está sempre à espreita do moderno. Favelas podem se tornar um *habitat* cultural e um ponto de criação da arte. Índios e outros habitantes da cidade podem vender seu artesanato em espaços centrais, fazendo valer na prática o que as estratégias de *marketing* transmitem pela ideologia. Se as imagens síntese “aliciam” os cidadãos estes podem reivindicar sua participação efetiva.

Com a pesquisa que ora se encerra fica evidente que:

- a) o papel dos agentes públicos e privados tem sido o de modernizar a cidade, tendo em vista a melhor qualidade de vida para os seus moradores.
- b) o **Espaço Estação** não só se insere nas dinâmicas de refuncionalizações ocorrentes na área central, como também as anuncia, enquanto é por elas anunciado. Em outras palavras, os turistas que o visitam são convocados para conhecer as outras áreas centrais revitalizadas. Mas se os turistas primeiro visitarem estas áreas será incentivado a visitá-lo, pois é expressão de revitalização.

Portanto, essas estratégias permitem que ao se reinventarem,

- a) a cidade de Curitiba precisa partir para um tipo de estratégia política de “venda” da imagem da cidade que incorpore cidadãos ainda excluídos, por meio de, por exemplo, cursos para qualificação de agentes estimulando-os a descobrirem em suas comunidades o que pode ser valorizado como produto turístico. Desse modo, em vez de o roteiro turístico oficial se desviar dos lugares onde moram pessoas com baixo poder aquisitivo, passará a incluí-los, aproveitando para diversificar, talvez, com outras imagens síntese de Curitiba; e que,
- b) o **Espaço Estação** poderia oferecer ideias mais dinâmicas de museus, por meio da valorização do humano, do social e da criatividade, deixando de valorizar heróis, personalidades, isoladamente, e optando pela coletividade a agir dinamicamente e incentivando-a à reinterpretação. Desse modo, deixa-se de repetir sentidos já dados e se recriam outros.

Assim, as imagens já internacionalizadas não são somente preservadas, mas também recicladas, para que melhore o equipamento cultural turístico e se reconstitua seu dinamismo, sua vitalidade em elaborar não somente centros que sejam atraentes para a visitação, mas centros múltiplos, com funções diferentes para atender a interesses turísticos diferentes, apresentando-se como unidade que respeita a diversidade cultural. Esta é, nas devidas proporções, dimensão da totalidade que o lugar quer ser, reconstituindo-se permanentemente.

Por outro lado, Curitiba foi escolhida, em 30 de maio de 2009, ao lado de Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Fortaleza, Manaus, Natal, Recife, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo, para sediar a Copa 2014 depois de 49 anos, quando sediou a Copa de 1950. Mas a falta de entendimento entre o Governo do Estado e a Prefeitura Municipal de Curitiba quanto ao lixo, especialmente o referente ao aterro sanitário da Caximba, dificulta a obediência ao caderno de encargos para a Copa do Mundo 2014 estabelecido pela Federação Internacional de Futebol (FIFA).

Quanto   Arena, há d vidas quanto às conclusões das obras. É considerado um dos est dios mais modernos do Brasil, mas precisa de reformas. Seu projeto prevê o anel de arquibancadas, aumentando a capacidade de 25 mil pessoas para 41.375 torcedores, a ampliação do setor de imprensa, a construção de um novo vestiário e a retirada de empecilhos como as colunas dos elevadores para facilitar a visibilidade do gramado (BONDENEWS, 2009).

Acredita-se, assim, que as atividades de lazer e turismo existentes na cidade de Curitiba podem ser potencializadas pela dinamização social do espaço a ser oferecida a todos os cidadãos, no sentido dado por Santos (1986, p. 10), de que “o passado está sempre aqui e participa da vida atual”, mas que é preciso ser reinventado à medida que pela refuncionalização das áreas urbanas, tendo em vista a inserção no global, se apresentem às especificidades do lugar, passando-se da refuncionalização à ressignificação de seus habitantes.

## REFERÊNCIAS

AGACHE, A. D. (Coord.) **Plano de Urbanização de Curitiba**. Coimbra e Cia Ltda, 1980.

ALVES, Adilson Francelino; RIBAS, Alexandre Domingues; CANDIOTTO, Luciano Z. P.; SAQUET, Marcos Aurélio; SANTOS, Roseli Alves dos. Paisagem, espaço e território. **Formação Presidente Prudente**, n. 11, v. 1, p. 151-173, 2004.

ANDRADE, J. V. de. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 8. ed. São Paulo: Ática, 2000.

ARANTES, A. Í. do Brasil; BRUNETTI, M. C.; MORENO, M. S.; WALBACK, R.. Pesquisa histórica, in: **O sítio da Praça Eufrásio Correia**, texto datilografado, Fundação Cultural de Curitiba, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba. Secretaria de Cultura do Estado do Paraná. Curitiba, 1985.

ARAUJO, C. M. S.. Turismo para a terceira idade: refletindo o futuro. **Turismo: Visão e Ação**, n.7, ano 3, out. 2000/mar. 2001.

ARRIGHI, G. **O longo século XX**: dinheiro, poder e as origens de nosso tempo. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: UNESP, 1996.

AVALIAÇÃO de Imóveis para venda na área central de Curitiba. Curitiba, Inpespar, 2008

AUGÉ, M. **Los “No Lugares”**: Espacio del anonimato. Barcelona, Gedisa, 1993.

BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 10 ed. São Paulo: Papirus, 1995.

\_\_\_\_\_. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas, Papirus, 2000.

BENEVIDES, I. P e Garcia, F. E. S. “Imagens urbanas depuradas pelo turismo - Curitiba e Fortaleza” In: RODRIGUES, Adyr B.(org) **Turismo modernidade, globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997.



BONDENEWS. Praça Tiradentes ganha calçada de vidro. Disponível em:< [http://www.bonde.com.br/bonde.php?id\\_bonde=1-3-24-828-20080626](http://www.bonde.com.br/bonde.php?id_bonde=1-3-24-828-20080626)>. Acesso em: 13 out.2009.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Tradução de: Josely Vianna Baptista. Bauru: Edusc, 2002.

**BRMalls. Um ano do Shopping Estação no portfólio da BRMalls.** 2007. Disponível em:[www.brmalls.com.br/services/DocumentManagement/FileDownload.EZTSvc.asp?](http://www.brmalls.com.br/services/DocumentManagement/FileDownload.EZTSvc.asp?)>. Acesso em: 20 maio 2008.

\_\_\_\_\_. **Atualizações das aquisições**, acesso Disponível em:<[http://www.acionista.com.br/home/brmalls/120508\\_1ano\\_shopping.pdf](http://www.acionista.com.br/home/brmalls/120508_1ano_shopping.pdf)>. Acesso em: 20 fev. 2008.

BUCHMANN, L. P. **Reprodução da ideologia dominante em aulas de artes de Curitiba**: a influência dos painéis de Poty Lazzarotto. (2008). Disponível em:< <http://www.tede.udesc.br/tde>>. Acesso em: 2 mar. 2009.

CARLOS. A. F. **A reprodução do espaço urbano**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994.

\_\_\_\_\_. A reprodução da cidade como “negócio”. In: \_\_\_\_\_. CARRERAS, C. (Org.). **Urbanização e mundialização**: estudos sobre a metrópole. São Paulo: Contexto, 2005, p.29-37.

CASTROGIOVANNI, A. C. Turismo X Espaço: reflexões necessárias na pós-modernidade. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (Orgs.) **Turismo na pós-modernidade (des) inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

CAVALCANTI, E.; NEVES, M. F. **Curitiba viável ao turismo**. (2000). Disponível em:< <http://www.fotoserumos.com/curitibaviavel.htm>>. Acesso em: 3 nov. 2007.

CENTRO DE CONVENÇÕES ESTAÇÃO EMBRATEL  
*CONVENTION CENTER*, 2007. Disponível em:<  
[www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=352307](http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=352307), 2007>. Acesso  
em: 23 set. 2008.

CERTEAU, M. de; AUGÉ, M. Walking in the city. In: DURING,  
Simon. **The cultural Studies Reader**. London: Routledge, 1993.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E  
DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: FGV,  
1988.

COORDENAÇÃO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA  
(COMEC). **Base legal**. Disponível em<  
<http://www.pr.gov.br/comec/html>>. acesso em: 21 jan. 2008.

CRUZ, R. de C. A. da. **Política de turismo e território**. São Paulo:  
Contexto, 2000.

CCVB – Convention Visitors Beauvais. **Curitiba**. (2007) Disponível  
em:< <http://www.curitibacvb.com.br/site/home/?pagSec=10>>. Acesso  
em: 20 nov. 2008.

CONOSUR. Mapa de localização dos hotéis da área central de Curitiba.  
Disponível em:<  
[http://www.conosur2009.com.br/images/mapa\\_hotéis\\_small.gif](http://www.conosur2009.com.br/images/mapa_hotéis_small.gif)>.  
Acesso em: 20 nov. 2008.

DIÁRIO POPULAR. **Importantes espaços culturais foram  
recuperados em 2006**. Disponível em:<  
[http://www.portaldovoluntario.org.br/site/pagina.php?idclipping=30804  
&idmenu=71](http://www.portaldovoluntario.org.br/site/pagina.php?idclipping=30804&idmenu=71)>. Acesso em: fev. 2007.

DIAS, S. I. S. **A arquitetura do desejo: o discurso da nova identidade  
urbana de Curitiba**. Cascavel: Assoeste, 2003.

EMBRATEL. **Localização privilegiada na melhor cidade para  
realizar eventos no Brasil**. Disponível  
em:<<http://www.estacaoconvention.com.br>>. Acesso em: 21 set. 2006.

EMBRATUR. **Conceitos turísticos**. Departamento de Estudos Econômicos. Divisão de Economia do Turismo, 1992.

\_\_\_\_\_. Glossário de turismo. **Dados e fatos, estudos e pesquisas**, 6 mar. 2009, disponível em:  
<[http://www.braziltour.com/site/br/dados\\_fatos/conteudo/lista\\_alfabeto.php?pagina=3&in\\_secao=387&busca=T](http://www.braziltour.com/site/br/dados_fatos/conteudo/lista_alfabeto.php?pagina=3&in_secao=387&busca=T)>. Acesso em: 15 jul. 2008.

FCC – Fundação Cultural de Curitiba. **Importantes espaços culturais da cidade foram recuperados em 2006**. Disponível em:<  
<http://www.fccdigital.com.br/>>. Acesso em: 20 fev. 2008.

\_\_\_\_\_. **Fundação Cultural de Curitiba lança novos editais**. (Caderno G. 2008). Disponível em:<  
<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/cadernog/conteudo.phtml?tl=1&id=736110&tit=Fundacao-Cultural-de-Curitiba-lanca-novos-editais>>. Acesso em: 12 ago. 2008.

FENIANOS, E. E.; SADE, S. **Manual Curitiba**: a cidade em suas mãos. Univer, Cidade, 2003.

FIRKOWSKI, O. L. C. de Freitas. Dinâmica populacional e urbanização. In: SCORTEGAGNA, A.; REZENDE, C. J.; TRICHES, R. I. **Paraná**: Espaço e memória. Curitiba: Bagozzi, 2005.

FREIRE, D.; PEREIRA, L. **História oral, memória e turismo cultural**. In: MURTA, Stela M; ALVANO, C. (Orgs.). Belo Horizonte: UFMG, Território Brasília, 2005.

GAELZER, L.. **Lazer**: bênção ou maldição. Porto Alegre: Sulina, 1979.

GARCEZ, L. A.. **Curitiba** – Evolução urbana. Rio de Janeiro. Curitiba [s.ed.], 2006.

GARCIA, F. E. S.; RIBEIRO, A. C. *City Marketing a nova face da gestão da cidade no final do século XX*. In: GARCIA, Fernanda. **Cidade Espetáculo**: política, planejamento e city marketing. Curitiba: Palavra, 1997.

GAZETA DO POVO. **Relatório divulgado pela SESP-PR mostra redução no número de mortes violentas, comparação com primeiros três meses do ano.** Disponível em [http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=791900&tit=29 jul. 2008](http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=791900&tit=29%20jul.%202008)>. Acesso em: 12 out. 2008.

\_\_\_\_\_. Moinho Rebouças e a nova casa da Fundação Cultural de Curitiba. Caderno G de 16/5/2006. Disponível em: <http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/cadernog/conteudo.phtml?id=563901>>. Acesso em: 10 out. 2009.

GASTAL, S.. **Turismo na pós-modernidade:** agregando imaginários. Disponível em: <http://www.abbtur.com.br/CONTEUDO/trabalhos/trab01.htm>>. Acesso em: 20 abr. 2009.

\_\_\_\_\_. Turismo na pós-modernidade. Agregando imaginários. In: CASTROGIOVANNI, A. C.; GASTAL, S. (Orgs.) **Turismo na pós-modernidade (des) inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

GIESBRECHT, R. M. (2004). **Estações Ferroviárias do Brasil**. Disponível em: < <http://www.estacoesferroviarias.com.br/autor.htm>>. Acesso em: 5 maio 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. H. C. De F.; GIL FILHO, S. F. O espaço do cotidiano nos shopping centers em Curitiba-PR. **IX Colóquio Internacional de Geocrítica**. Porto Alegre, 28 maio. 2007. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/9porto/anagil.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2009.

GUIA GEOGRÁFICO DE CURITIBA. **Praça Tiradentes**. Disponível em <http://www.curitiba-parana.net/tiradentes.htm>, acesso em: <11 out. 2009.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 8. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Dados estatísticos**. Disponível em: <<http://www.ibge.org.br>>. Acesso em: mar. 2007.

\_\_\_\_\_. **Estimativas das populações residentes, em 1.º de julho de 2008, segundo os municípios**. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2008/POP2008\\_DOU.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2008/POP2008_DOU.pdf)>. Acesso em: 11 nov. 2008.

\_\_\_\_\_. **População recenseada e estimada**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/default.shtm>>. Acesso em: 21 jun 2000.

INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO. (2008). PARANÁ online. Turismo em **Curitiba cresceu 26,5% em três anos**. Disponível em: <<http://www.parana-online.com.br/editoria/cidades/news/295031/>>. Acesso em: 28 fev. 2009.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). **Leituras regionais:** mesorregiões geográficas paranaenses. Mesorregião Metropolitana de Curitiba. Curitiba, 2004. Disponível em: <[HTTP://www.ipardes.gov.br](http://www.ipardes.gov.br)>. Acesso 10 set. de 2008.

\_\_\_\_\_. **Indicadores sócio-econômicos mostram avanços do Paraná nos últimos quatro anos**. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=4>>. Acesso em: 23 jul. 2008.

\_\_\_\_\_. **Região Metropolitana de Curitiba, municípios segundo anéis de interação**. Curitiba: IPARDES, 2008.

INESPAR - Instituto Paranaense de Pesquisa e Desenvolvimento do Mercado Imobiliário e Condominial. **Dados estatísticos**. Fornecidos pela coordenadora executiva, Bernadete Jede, em 30 set. 2008.

IPPUC - Instituto de Pesquisa e Planejamento de Curitiba. **Curitiba em Dados**. 2006. Disponível em:  
[http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Curitiba\\_em\\_dados\\_Pesquisa.asp](http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Curitiba_em_dados_Pesquisa.asp)>. Acesso em: 18 set. 2008.

\_\_\_\_\_. **História de Curitiba**. Disponível em: <http://www.ippuc.org.br>. Acesso em: 11 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. **Centros funcionais setorizados do Plano Agache**. Disponível em:<[http://www.casadamemoria.org.br/index\\_historiadecuritiba.html](http://www.casadamemoria.org.br/index_historiadecuritiba.html)>. Acesso em 12 mar. 2008; e IPPUC, 2008.

\_\_\_\_\_. **Administrações Regionais de Curitiba**. Disponível em:<[http://www.ippuc.org.br/informando/tematicos/adm\\_regionais\\_color.pdf](http://www.ippuc.org.br/informando/tematicos/adm_regionais_color.pdf)>. Acesso em: 13 fev. 2008.

\_\_\_\_\_. Planta mostra as avenidas projetadas pelo plano de urbanização de Curitiba – Plano Agache, de 1943. Acervo Casa da Memória. Disponível em:< <http://www.ippuc.org.br>>. Acesso em: 20 mar. 2007.

\_\_\_\_\_. **Regionais**. Disponível em:  
<http://ippucnet.ippuc.org.br/planosregionais/abertura.html>>. Acesso em: 11 out. 2009.

IPPUCNET. **Antigo prédio do Moinho Rebouças atual sede da Fundação Cultural de Curitiba**. Disponível em:<  
<http://ippucnet.ippuc.org.br/Bancodedados/Curitibaemdados/Fotos/8/Rebouças/target15.html>>. Acesso em 2 out. 2008.

JAMESON, F. **Pós-Modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ed. Ática, 1996.

JEUDY, H. P. **Espelho das cidades**. Tradução Rejane Janowitz. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.

\_\_\_\_\_. **Memórias do Social**. Tradução: Márcia Cavalcanti. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

JORNAL VALOR. **O Boticário vende shopping para BR Malls.**

Curitiba, 2007. Disponível

em:<[http://www.globalresearch.com.br/novo/conteudo.asp?](http://www.globalresearch.com.br/novo/conteudo.asp?conteudo=6718)

conteudo=6718>. Acesso em: 15 fev. 2007.

KOROSSY, N. Do Turismo Predatório ao Turismo Sustentável: uma revisão sobre a origem e a consolidação do discurso da sustentabilidade na atividade turística. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, 2008, p. 56-68. Disponível em:

<<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewissue.php?id=28>>

Acesso em: 20 nov. 2008.

KRIGSNER, M. Entrevista concedida por Miguel Krigsner a **Revista Eventos** em 2003. [s.p.].

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (Orgs.) **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LAMBREQUIM: beirais rendados em Curitiba. **Visão**. 30 maio, 1983, n. 22, p. 85.

LE BOSSÉ, M. As questões de identidade em geografia cultural: algumas concepções contemporâneas. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). **Paisagens, textos e identidade**. Rio de Janeiro: UERJ, 2004.

LEFEBVRE, H. Reflections on the politics of space. Trad. de M. Enders, **Antipode**, n. 8, p. 30-37, 1976.

\_\_\_\_\_. **O direito à cidade**. Trad. Rubens E. Frias. São Paulo: Moraes, 1991.

LUCHIARI, M. T. D. P. A reinvenção do patrimônio arquitetônico no consumo das cidades. **Geousp – Espaço e Tempo**, São Paulo, n. 17, p. 95-105, 2005.

MACHADO, E. V.. **Florianópolis: um lugar em tempo de globalização**. São Paulo, 2000. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

MARCELLINO, N. C. **Lazer e educação**. 2. ed. Campinas: Papirus, 1990.

MENDONÇA, F. A. Aspectos da problemática ambiental urbana da cidade de Curitiba/PR e o mito da "capital ecológica". **GEOUSP - Espaço e tempo**, São Paulo, v.1, p.179-188, 2002.

MENDONÇA, D. Cardápio da Copa. **O Estado do Paraná**, Curitiba, p. 12, 13 out. 2009.

MENEZES, C. L. **Desenvolvimento urbano e meio ambiente: a experiência de Curitiba**. Campinas, São Paulo: Papirus, 1996.

MCKEAN, P.h F.. Toward a theoretical analysis of tourism: Economic dualism and cultural involution in Bali. In: SMITH, V. L. **Hosts and guests, the anthropology of tourism**. 2. ed. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1995.

MOESCH, M. M. **A produção do saber turístico**. S. Paulo: Contexto, 2000.

MOESCH, N. M. O turismo no século XXI: por uma concepção holística. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (Orgs.) **Turismo na pós-modernidade (des) inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

MORIN, E. **Meus demônios**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1997.

MOURA, R. O turismo no projeto de internacionalização da imagem de Curitiba. In: **Turismo – visão e ação**, v. 9, n. 3. p. 341-357. Itajaí: Univali, 2007.

MUSEU da Farmácia, 2007. Disponível em:  
<<http://www.clickmarket.com.br/portal/index.php?contchave=4807&pc have=4807&cat=1>>. Acesso em: 23 out. 2008.

NICOLAS, D. H. Elementos para um análisis sociogeográfico del turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e geografia – reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996.



NIKODEM, P. S. O pioneiro dos semeadores. In: SUPERINTENDÊNCIA DO CENTENÁRIO DA IMIGRAÇÃO POLONESA NO PARANÁ, 1970. Curitiba. **Anais da Comunidade Brasileiro Polonesa**. Curitiba, 1970.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo n. 10, 1993.

O ESTADO DO PARANÁ. Curitiba por primeiro. **O Estado do Paraná**, Curitiba, 29 mar. 2008. (Encarte especial por ocasião dos 315 anos de Curitiba).

OLIVEIRA, A. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, D. de. **Urbanização e industrialização no Paraná**. Curitiba: SEED, 2001.

OLIVEIRA, M. A trajetória do discurso ambiental em Curitiba (1960-2000). **Rev. Sociol. Polit.** n.16 Curitiba June, 2001b. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782001000100007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782001000100007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 5 maio 2007.

OLIVEIRA, M. A. C. Da espacialidade rural-extrativista à cidade-jardim: Curitiba (1900-73). In: MENDONÇA, Francisco. **Cidade, ambiente & desenvolvimento**: abordagem interdisciplinar de problemáticas socioambientais urbanas de Curitiba e RMC. Curitiba: UFPR, 2004.

OLIVEIRA, S. C. de. Ciclos econômicos da erva-mate e do café. In: SCORTEGAGNA, Adalberto; REZENDE, C. J.; TRICHES, R. I. **Paraná: Espaço e memória**. Curitiba: Bagozzi, 2005.

OMT — Organização Mundial do Turismo . **Introdução ao turismo**. Madrid, 2001.

\_\_\_\_\_. **Lo que todo gestor turístico debe saber**. Madrid (Espanha): OMT, 1995.

\_\_\_\_\_. **E-business para turismo**. São Paulo: Artmed Editora, 2001.

PAIVA, C. Espaço Estação Curitiba-PR. **Finestra**, n. 39, dez. 2004.

A CIDADE do terceiro milênio. **Pampas**, Porto Alegre, 21 abr., p. 1, 2010. Disponível em:<  
[www.pampasonline.com.br/parana\\_curitiba.htm](http://www.pampasonline.com.br/parana_curitiba.htm)>. Acesso em: 21 abr. 2010. (3.<sup>a</sup> tela).

PANERAI, P. **Análise urbana**: Brasília UNB, 2006.

PARANA Online. **Estação Convention Center muda perfil de Curitiba**. Disponível em:< <http://www.parana-online.com.br/canal/viagem-e-turismo/news/78577/>>. Acesso em: 14 out. 2008, 20:30:12.

\_\_\_\_\_. **Turismo em Curitiba cresceu 26,5% em três anos**. Acesso em:<<http://www.parana-online.com.br/editoria/cidades/news/295031/>>. Acesso em: 23 out. 2008.

\_\_\_\_\_. **Curitiba é o principal destino do Estado**. Disponível em:<<http://www.parana-online.com.br/canal/viagem-e-turismo/news/19927/>> Acesso em: 20 fev. 2009.

\_\_\_\_\_. **Praça Tiradentes está de cara nova**. Disponível em:<<http://www.parana-online.com.br/editoria/cidades/news/310874/?noticia=PRACA+TIRADENTES+ESTA+DE+CARA+NOVA>>. Acesso em: 11 out. 2009.

PETERS, A. P.. O movimento paranista. In: SCORTEGAGNA, A.; REZENDE, C. J.; TRICHES, R. I. **Paraná: Espaço e memória**. Curitiba: Bagozzi, 2005.

PINTAUDI, S. M.; FRÚGOLI JR. h. **Shopping centers: Espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1992.

PMC — Prefeitura Municipal de Curitiba. **Curitiba na prática**. Curitiba: IPPUC, 2002.

\_\_\_\_\_. **Paço está em obras para virar centro cultural.** Disponível em:<<http://www.curitiba.pr.gov.br/Noticia.aspx?n=10169>> Acesso em: 28 jul. 2007.

\_\_\_\_\_. **Bairros.** Disponível em:<<http://www.betoricha45.can.br/paginas/bairro/25>>. acesso em: 13 ago. 2008, 20: 30: 40.

\_\_\_\_\_. **Aspectos ambientais de Curitiba.** Disponível em:<<http://www.curitibaempresas.com/aspectosambientais.html>>. Acesso em: 20 maio 2009.

RECORD. **Biografia de Dalton Trevisan.** Disponível em:<[http://www.record.com.br/autor\\_sobre.asp?id\\_autor=2010](http://www.record.com.br/autor_sobre.asp?id_autor=2010)>. Acesso em: 2 mar. 2009.

REVISTA DOS EVENTOS. **Estação Embratel:** o mais moderno *Convention Center* do Brasil, n. 37, seção Raio-X, 2004. Disponível em:<[http://www.revistadoseventos.com.br/bn\\_conteudo.asp?cod=5624](http://www.revistadoseventos.com.br/bn_conteudo.asp?cod=5624)>. Acesso em: 20 set. 2005.

REVISTA FATOR, disponível em:<[http://www.revistafator.com.br/ver\\_noticia.php?not=54190](http://www.revistafator.com.br/ver_noticia.php?not=54190)>. Acesso em: 8 out. 2008.

ROCHA, C. T. da C.. **Um espaço urbano e suas ocupações:** o antigo e o moderno nas opções de compra e de lazer. Florianópolis: UFSC, 2002. Disponível em:<<http://www.antropologia.com.br/arti/colab/vram2003/a13-crocha.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2007.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço. Rumo a um conhecimento transdisciplinar.** São Paulo: Hucitec, 1997.

\_\_\_\_\_. Geografia do Turismo: novos desafios. In: TRIGO, L. G. G.. (Org.). **Turismo. Como aprender. Como ensinar.** São Paulo: SENAC, 2001, v., p. 87-122.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica**: guia para eficiência nos estudos. São Paulo: Atlas, 1992.

SAIKI, L. **Curitiba quer ser polo de eventos**. Disponível em: <<http://www.parana-online.com.br/editoria/economia/news/323737/>>. Acesso em: 2 set. 2008.

SALGUEIRO, T. B. Cidade pós-moderna: espaço fragmentado. **Revista Território**, n. 4, ano III. Rio de Janeiro: UFRJ, jan./ul. 1998.

SÁNCHEZ, A. **Turismo**. 2. ed. Madrid: GEL. 1997.

SANT'ANNA, A. *et al.* Paranismo – neo-paranismo, pós-paranismo e pós-modernismo. **História**: Questões e debates, Curitiba, UFPR, v. 8, p. 128-136, 1987.

SANTOS, M. Sociedade e espaço: a formação social como teoria e como método. **Boletim Paulista de Geografia**, São Paulo: AGB, 1977.

\_\_\_\_\_. **O espaço dividido**: Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

\_\_\_\_\_. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

\_\_\_\_\_. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1986.

\_\_\_\_\_. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988.

\_\_\_\_\_. **Metrópole corporativa fragmentada**: o caso de São Paulo. São Paulo: Nobel/Secretaria de Estado da Cultura, 1990.

\_\_\_\_\_. **Por uma economia política da cidade**. São Paulo: Hucitec, 1994.

\_\_\_\_\_. **Por uma economia política da cidade**. São Paulo: Hucitec, 1996.

\_\_\_\_\_. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1997.

\_\_\_\_\_. **Técnica espaço tempo:** globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1998.

\_\_\_\_\_. **Território e sociedade:** entrevista com Milton Santos. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço:** técnica e tempo. Razão e emoção. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

SAQUET, M. A. **Os tempos e os territórios da colonização italiana.** Porto Alegre: EST Edições, 2003.

\_\_\_\_\_. A relação espaço-tempo e a apreensão do movimento em estudos territoriais. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINAEGAL, 10, 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Universidade de São Paulo-USP, 2005. p. 13.882-13.894. CD.

SEEC — Secretaria de Estado da Cultura. **Apresentação.** Disponível em <http://www.patrimoniocultural.pr.gov.br>, acesso em maio 2008: 20:23:05.

SERPA, E. C. **Guerra do contestado** (1912-1916). Florianópolis: EDUFSC, 2007.

SCORTEGAGNA, A.; REZENDE, C. J. TRICHES, R. I. **Paraná espaço e memória:** diversos olhares histórico-geográficos. Curitiba: Bagozzi, 2005.

SCHMIDT, M. A. R. **Transformações locais da área central de Curitiba.** Curitiba, 2008 (a pedido da autora).

SESC – Servo Social do Comércio. **Paço da liberdade. De volta para o presente.** (Folder informativo). Curitiba, 2009.

SILVA, L. R. da. **A natureza contraditória do espaço geográfico.** São Paulo: Contexto, 2001.

SOUZA, M. F. L. de. A estilização dos símbolos do Paraná: traçado geométrico do pinhão. **Boletim da Comissão Paranaense de Folclore.** Curitiba, v. 2, n. 2, p. 47, 1976.

SPOSITO, M. E. B. A produção do espaço urbano em dez anos de GASPERR: reflexão individual sobre uma trajetória coletiva. In: SPOSITO, E. S. (Org.) **Produção do espaço e redefinições regionais**. Presidente Prudente: UNESP/ FCT/ GASPERR, 2005.

SOUZA, M. A. A. de. Espaço e sociedade – um paradoxo: a cidade. **Revista do Serviço Público**, v. 111, n. 1, ano 40, p. 17-19, jan./mar. 1983.

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Alheph, 2002.

SWINKA, R.. Estação Embratel Convention Comemora 4 anos. Disponível em [http://www.bj.inf.br/conteudo\\_visualiza.php?contcod=15986#](http://www.bj.inf.br/conteudo_visualiza.php?contcod=15986#), de 30 jul. 2008, acesso em 5 ago. 2008.

THIESSE, A. M. **A construção das identidades nacionais**: Europa – Séculos XVIII-XX. Lisboa : Temas e Debates, 1999.

TOURINHO, A. de O. Do centro às novas centralidades: uma trajetória de permanências terminológicas e rupturas conceituais. In: GITAHY, Maria Lúcia Caira; LIRA, José Tavares Correia de (Orgs.). Cidade: impasses e perspectivas. Arquiteses. São Paulo: FAUUSP/FUPAM/Annablume: 2007, v. 2

TSIOMIS, Y. O meio ambiente e a questão urbana. **Cadernos de Desenvolvimento e Meio Ambiente**. Curitiba, n. 1, p. 131-135, 1996.

TURISMO, VISÃO E AÇÃO - Revista Científica do Programa de Pós-Graduação em Administração e Turismo da Universidade Vale do Itajaí (PPGAT- Univali), v. 9. n. 3, set/dez, 2007.

VEJA, ed. 1541, 1998.

VERÍSSIMO, M. E. Z.; MENDONÇA, F. de A. **Algumas considerações sobre o clima urbano de Curitiba e suas repercussões na saúde da população**. Disponível em:<[http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro2/GT/GT12/elisa\\_verissimo.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro2/GT/GT12/elisa_verissimo.pdf)> Acesso em: 13 out. 2009.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel; - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP; Lincoln Institute, 1998.

VIRILIO, P. **O espaço crítico**. Rio de Janeiro, Editora 34, 1993.

VISÃO, n. 22, 30 maio, 1983.

WACHOWICZ, R. C. **Universidade do mate**: história da UFPR. Curitiba: APUFPR, 1983.

\_\_\_\_\_. **História do Paraná**. Curitiba: Imprensa Oficial, 2002.

WHITACKER, A. M. **A produção do espaço urbano em Presidente Prudente**: uma discussão sobre a centralidade urbana. (Mestrado em geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista (UNESP), 1997.

YÁZIGI, Eduardo. **A alma do lugar**- turismo planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto, 2000.